

Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen Europas: Strategien ausgewählter Länder im Vergleich

Küpper, Patrick; Tautz, Alexandra

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Küpper, P., & Tautz, A. (2015). Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen Europas: Strategien ausgewählter Länder im Vergleich. *Europa Regional*, 21.2013(3), 138-155. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-439294>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen Europas – Strategien ausgewählter Länder im Vergleich

PATRICK KÜPPER und ALEXANDRA TAUTZ

Zusammenfassung

In Europa verschwinden seit Jahrzehnten kleine Läden aus ländlichen Räumen, so dass gerade Personen ohne Auto immer größere Schwierigkeiten haben, sich zu versorgen. Der Beitrag vergleicht die verschiedenen Strategien zur Sicherung der Nahversorgung in sechs ausgewählten Ländern mit den Ansätzen in Deutschland. Die Strategien werden in die bestehenden Problemlagen und Marktbedingungen eingebettet, um systematische Vergleiche zu ermöglichen und die Übertragbarkeit der Ansätze diskutieren zu können. Zu diesem Zweck werden sekundäre Daten zu Kontextfaktoren ausgewertet sowie eine Literatur- und Internetrecherche zu den Strategien privater Initiativen, der Raumplanung, der Förderpolitik und der Bürgergesellschaft durchgeführt. Die Ergebnisse machen deutlich, dass sich die Versorgungsprobleme, Wettbewerbsintensitäten, das Verständnis von Nahversorgung als Teil der Daseinsvorsorge, das Potenzial bürgerschaftlichen Engagements und die verfolgten Strategien erheblich unterscheiden. Die jeweilige Konstellation ist in allen Ländern verschieden. Insgesamt konnten die Aktivitäten in keinem der untersuchten Länder trotz teils erheblichen Aufwands die Ausdünnung der Nahversorgung stoppen oder gar umkehren. Teilweise entwickeln zwar Handelsunternehmen Dorfladenformate, die aber deutlich höhere Preise für die Verbraucher voraussetzen, so dass dieser Ansatz insbesondere für einkommensstarke Räume mit wenig Konkurrenz geeignet ist. Raumplanerische Regulierungen können das Verschwinden des traditionellen, inhabergeführten Einzelhandels verzögern. Die Übertragung strenger Regeln auf Länder wie Deutschland, in denen dieser Prozess bereits weit fortgeschritten ist, erscheint aber wenig sinnvoll. Deutschland, das unter anderem stark auf die finanzielle Förderung von Nahversorgungseinrichtungen setzt, kann hierbei von den internationalen Erfahrungen lernen. So sollten in erster Linie Investitionen in bestehende Einrichtungen gefördert werden und dabei klare Kriterien, die Bedarf und wirtschaftliches Potenzial erkennen lassen, zu Grunde gelegt werden.

Grundversorgung, ländliche Entwicklung, Lebensmitteleinzelhandel, Versorgungsprobleme, Daseinsvorsorge

Abstract

Comparing strategies to maintain local supply in rural areas of selected European countries

In rural Europe, small shops have closed down for decades and persons without a car available have increasing problems to supply themselves. The paper compares different strategies to maintain local supply in six selected countries with approaches in Germany. In order to compare systematically and to discuss the transferability of the approaches, we also investigate problem constellations and market conditions. Secondary data are thus analysed to shed light on contextual factors. We identified strategies of private initiatives, spatial planning, funding policy as well as communities by literature review and internet research. Our results highlight the differences regarding provision deficits, the intensification of competition, the view of local supply as a service of general interest, the potential for community services, and the strategies pursued. The respective constellation differs among all countries. However, the strategies in neither of the researched countries were able to stop or even reverse the thinning-out process in spite of substantial effort. Some retail companies have developed a concept for village shops, but this entails higher prices for the consumers and is rather feasible for economically viable regions where the competition among shops is low. Planning regulation might postpone the disappearing of traditional independent stores. Transferring these regulations to countries like Germany, where this structural change is already far advanced, seems inappropriate. The German approach focuses on financial support among others and could be improved with the experiences researched in other countries. For example, investments in existing shops should be subsidized using clear criteria which indicate social demand and economic potential.

Basic services, rural development, food retail, provision deficits, services of general interest

Einführung

In vielen Ländern ist die Nahversorgung zum Teil seit Jahrzehnten auf dem Rückzug (CLARKE u. BANGA 2010, S. 190; JUSSILA et al. 1992, S. 185; KRÜGER et al. 2013, S. 7f.; PADDISON u. CALDERWOOD 2007, S. 138; STEINFÜHRER et al. 2012, S. 99-108; VIAS 2004, S. 316). Zu den Gründen zählen die erhöhte (Auto-)Mobilität, gestiegene Anforderungen an Auswahl, Qualität und Preis der Nachfrager sowie wachsender Konkurrenzdruck und unvorteilhafte Lieferkonditionen insbesondere für kleine Läden auf der Anbieterseite. Besonders betroffen von diesen Entwicklungen sind ländliche Räume, in denen Lebensmittelläden, Bäcker, Fleischer, Postfilialen etc. schließen.

Der Begriff Nahversorgung bezieht sich auf die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs in fußläufiger Distanz, d.h. innerhalb von ca. 10 Gehminuten oder 1.000 m (ADAMO-VICZ et al. 2009, S. 8f.; BECKMANN et al. 2007, S. 11f.). Von einer fehlenden Nahversorgung sind insbesondere Kinder und Jugendliche sowie Erwachsene ohne permanente Pkw-Verfügbarkeit, sei es aus gesundheitlichen, finanziellen, rechtlichen oder sonstigen Gründen, betroffen. Neben der reinen Versorgungsfunktion werden kleine Läden und Dienstleistungen auch im Hinblick auf ihre wirtschaftliche und soziale Dimension als besonders positiv für einen Raum bewertet (vgl. CLARKE u. BANGA 2010; KÜPPER u. EBERHARDT 2013a). Dazu zählen die bereitgestellten Arbeitsplätze, die regionale Beschaffung sowie die Förderung der Kontakthäufigkeit, Kristallisationspunkte bürgerschaftlichen Engagements und lokaler Identität.

Vor diesem Hintergrund gibt es in Deutschland seit langem wissenschaftliche Diskussionen und politische Initiativen, um die Nahversorgung gerade in ländlichen Räumen zu verbessern. Aktuelle Beispiele sind die MarktTreffs in Schleswig-Holstein, M.Punkte in Rheinland-Pfalz, die Behandlung der Nahversorgung im Rahmen des Modellvorhabens der Raumordnung „Regionalstrategie Daseinsvorsorge“ sowie Maßnahmen

des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER). Die Betrachtung von Strategien zur Sicherung der Nahversorgung in anderen Ländern kann dazu beitragen, die Aktivitäten in Deutschland zu reflektieren und neue Lösungen zu finden. Die Aufarbeitung dieser Erfahrungen geschieht jedoch häufig eher unsystematisch und ohne den jeweiligen nationalen Kontext zu beachten (z.B. JAIN u. SCHIEFELBUSCH 2013, S. 134-140; als Ausnahme KUHLLICKE et al. 2005, S. 48-54).

Der Beitrag geht der Frage nach, welche Erfahrungen bei der Sicherung der Nahversorgung in ausgewählten europäischen Ländern vorliegen und welche Konsequenzen sich daraus für die Diskussion in Deutschland ableiten lassen. Um die Forschungsfrage zu beantworten, wurden Erfahrungen aus den Ländern Finnland, Frankreich, Vereinigtes Königreich, Niederlande, Österreich und Schweiz ausgewertet und mit der Situation in Deutschland verglichen. Die Auswahl der untersuchten Beispielländer begründet sich mit einer gewissen sozio-ökonomischen (z.B. Kaufkraft) und institutionellen (z.B. EU-Mitgliedschaft mit Fördermöglichkeiten im Rahmen der Gemeinsamen Agrarpolitik) Ähnlichkeit zu Deutschland¹. Außerdem sind in dieser Auswahl sowohl sehr dünn besiedelte (z.B. Finnland) als auch dicht besiedelte (z.B. die Niederlande) ländliche Gebiete vertreten.

Aufbauend auf einer Auswertung des empirischen und theoretischen Forschungsstandes wurden für den Ländervergleich zunächst relevante Daten zu den Einflussfaktoren bei der Sicherung der Daseinsvorsorge analysiert. Hierzu werden für die Länder insgesamt international vergleichbare Daten von Eurostat und von internationalen Befragungen (z.B. European Social Survey oder International Social Survey Programme) ver-

wendet. Für die Beschreibung der Situation in ländlichen Räumen wurde auf Grund fehlender internationaler Studien auf Angaben aus der wissenschaftlichen Literatur zu den einzelnen Ländern zurückgegriffen, die nur eingeschränkt verfügbar sind. Die Auswertung der Strategien zur Sicherung der Nahversorgung basiert sowohl auf der wissenschaftlichen Literatur als auch auf einer Internetrecherche zu Förderprogrammen, Modellprojekten, Good Practice Sammlungen etc. Auf Grund der Sprachkenntnisse der Autoren konnten dabei nur deutsch- und englischsprachige Quellen (teils auch auf Französisch und Niederländisch) berücksichtigt werden.

Die Rechercheergebnisse bieten sicherlich kein allumfassendes Bild der betrachteten Länder, sondern markieren einen Startpunkt zur Charakterisierung nationaler Besonderheiten im Umgang mit Versorgungsdefiziten und für Versuche, diese zu erklären. In diesem Beitrag wird argumentiert, dass die Wettbewerbsbedingungen privatwirtschaftliche Strategien begünstigen oder erschweren, das Verständnis von Nahversorgung als Teil der Daseinsvorsorge entscheidend für die staatliche Interventionsintensität ist und dass die bürgerschaftlichen Kapazitäten für den Erfolg von Bürgerläden verantwortlich sind. Dazu werden die folgenden Beiträge geleistet:

- Ein theoretisches Konzept zur Analyse der Strategien zur Sicherung der Nahversorgung in verschiedenen Ländern wird entwickelt.
- Die Bedingungen für Strategien der drei grundlegenden Governance-Formen Markt, Staat und Bürgergesellschaft werden für die untersuchten Länder analysiert und die Unterschiede herausgearbeitet.
- Anhand von Beispielen aus den betrachteten Ländern werden die zentralen Strategien dargestellt und mit entsprechenden Ansätzen aus Deutschland verglichen.
- Erklärungen für die jeweiligen Strategiemuster werden abgeleitet und Lernmöglichkeiten für Deutschland diskutiert.

¹ Die Auswahl der Beispielländer erfolgte gemeinsam mit dem Drittmittelgeber, dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) und stellt angesichts begrenzter Ressourcen einen Kompromiss zwischen breitem internationalem Überblick und analytischer Tiefenschärfe dar. Das BBSR nahm darüber hinaus keinen Einfluss auf die diesem Beitrag zu Grunde liegende Forschungsarbeit.

Nahversorgung zwischen Markt, Staat und Bürgergesellschaft

Die Governance-Theorie unterscheidet im Wesentlichen zwischen den Governance-Mustern Markt, Staat und Gemeinschaft (SCHIMANK 2007). Diesen Formen können die drei Koordinationsmechanismen Wettbewerb, Hierarchie und Solidarität zugeordnet werden. In der Realität wird von einem spezifischen Governance-Mix ausgegangen, in dem die Governance-Mechanismen in unterschiedlicher Intensität vorkommen. Abbildung 1 stellt den Governance-Mix bei der Sicherung der Daseinsvorsorge und die wesentlichen Einflussfaktoren dar.

Die Nahversorgung wird primär mit dem Wettbewerb privatwirtschaftlicher Unternehmen auf einem Markt verbunden. Die Unternehmen verfolgen eine Strategie der Gewinnmaximierung oder zumindest der wirtschaftlichen Stabilität. Ihre Entscheidung für oder gegen bestimmte Standorte hängt dabei wesentlich von der Konkurrenzsituation vor Ort und dem Kundenpotenzial im Einzugsgebiet ab (PADDISON u. CALDERWOOD 2007, S. 139f.; CLARKE u. BANGA 2010, S. 191). In den vergangenen Jahrzehnten hat sich dieser Markt stark gewandelt. Neue Logistiksysteme, standardisierte Ladengebäude, Marktmacht beim Einkauf haben zur Neuorganisation des Sektors in großen Konzernen oder Zusammenschlüssen selbstständiger Einzelhändler geführt. Veränderungen auf der Nachfrageseite mit erhöhter Autoverfügbarkeit und höheren Ansprüchen an Auswahl, Preis und Qualität haben diesen Konzentrationsprozess begünstigt.

Mit dem Verschwinden der kleinen, inhabergeführten, unabhängigen Läden fand auch eine räumliche Konzentration statt. Die Spiraltheorie besagt, dass bei wachsenden Lücken im Versorgungsnetz Marktpotenziale für neue Angebotskonzepte entstehen (AGERGÅRD et al. 1970; für eine Übertragung auf ländliche Räume in Deutschland: TREBBIN et al. 2013). Diese neuen Angebote können in die entstandenen Lücken stoßen und zur Sicherung der Nahversorgung beitragen.

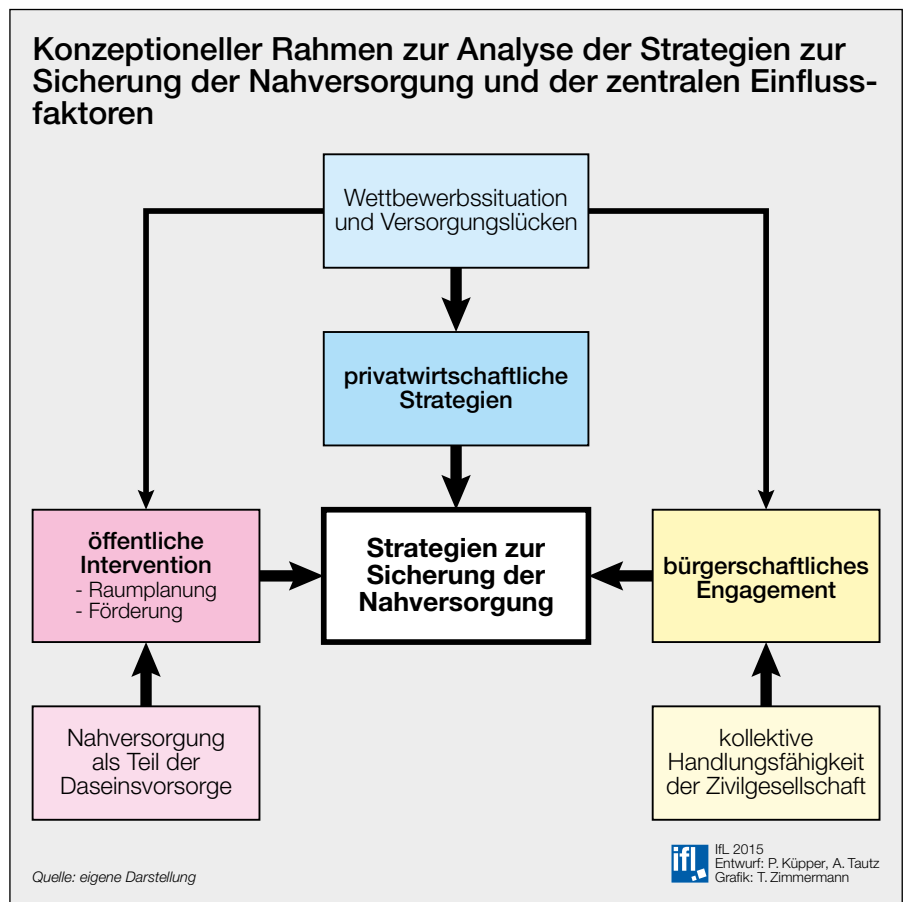


Abb. 1: Konzeptioneller Rahmen zur Analyse der Strategien zur Sicherung der Nahversorgung und der zentralen Einflussfaktoren

Wenn der Staat mit dem Marktergebnis nicht einverstanden ist, kann er steuernd eingreifen. Die Interventionsintensität hängt dabei neben der Problemsituation wesentlich davon ab, ob die Nahversorgung als Teil der Daseinsvorsorge verstanden wird. KNORR (2005, S. 35) versteht unter Daseinsvorsorge „die flächendeckende Versorgung mit bestimmten, von den politisch Verantwortlichen subjektiv als lebensnotwendig eingestuften Gütern und Dienstleistungen zu allgemein tragbaren (sozial verträglichen) Preisen“. Dabei muss die öffentliche Hand die Leistungen nicht notwendigerweise selbst erbringen, sondern kann für die Gewährleistung einer Aufgabe durch privatwirtschaftliche Akteure sorgen (KERTSEN 2009). Allerdings bleibt die Definition von Daseinsvorsorge unkonkret. Die Definition betont den subjektiven Charakter, welche Bereiche dazu zählen und was eine angemessene Versorgung ist. Diese Fragen werden in den betrachteten

Ländern mit Bezug auf die Nahversorgung unterschiedlich beantwortet.

Zur öffentlichen Intervention stehen vielfältige Instrumente zur Verfügung, die von Governance-Forschern zu verschiedenen Typen zusammengefasst werden (LASCOUMES u. LE GALÈS 2007, S. 12f.; MAYNTZ 1980, S. 5f.; VEDUNG 1998, S. 29-34). Im Zentrum stehen jeweils zwei Typen, die einerseits unerwünschtes Verhalten durch Regulierungen verhindern und andererseits Anreize für erwünschtes Verhalten setzen möchten. In Bezug auf die Nahversorgung betrifft dies die Steuerung durch die Raumplanung, die Nahversorgungsansiedlungen an bestimmten Standorten zulässt und an anderen verhindert, sowie das Förderinstrumentarium der ländlichen Entwicklungs- und Regionalpolitik, das die Ansiedlung und die Aufrechterhaltung von Betrieben fördert.

Schließlich können lokale Gemeinschaften potenzieller Konsumenten

Kennziffer zur Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln in Verkaufsräumen 2009 Ausgewählte europäische Staaten

Staat	lokale Einheiten pro 100 000 Einwohner		Umsatz pro Kopf [€]		Verkaufsfläche pro 1 000 Einwohner	
	Waren verschiedener Art	Facheinzel- handel	Waren verschiedener Art	Facheinzel- handel	Waren verschiedener Art	Facheinzel- handel
Deutschland	95,2	61,5	2 434,9	209,2	644,5	62,7
Finnland	102,8	31,8	3 043,4	294,5	688,2	27,9
Frankreich*	42,9	81,2	3 051,6	268,7	keine Werte	keine Werte
Niederlande	40,3	64,1	2 042,6	327,5	289,6	60,8
Österreich**	100,7	83,0	2 033,4	401,7	478,5	33,0
Schweiz	keine Werte	keine Werte	keine Werte	keine Werte	keine Werte	keine Werte
Vereinigtes Königreich	88,9	56,3	2 763,2	283,8	448,2	88,8

* Werte aus 2008 und Unternehmenszahl statt Verkaufsstellen

** Umsatz pro Kopf für 2008

Quelle: eigene Berechnung von Eurostat-Daten, Mehrjährige Statistiken für den Handel (NACE Rev. 2, G)

Tab. 1: Kennziffer zur Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln in Verkaufsräumen 2009 in ausgewählten europäischen Staaten

selbst aktiv werden und ihren Laden in Selbsthilfe gründen und betreiben (EBERHARDT et al. 2014; CALDERWOOD u. DAVIES 2012). Insbesondere wenn der letzte Lebensmittelladen geschlossen wird, engagieren sich Bürger aus dem Ort, um das Angebot aufrechtzuerhalten. Sie stellen häufig Kapital günstig zur Verfügung und arbeiten ehrenamtlich im Management und Betrieb mit, um die Kosten zu senken. Die Hoffnung besteht, dass sich die Bürger stärker mit ‚ihrem‘ Laden identifizieren und wieder verstärkt lokal einkaufen, so dass die Nahversorgung langfristig gesichert werden kann. Die Unterstützung durch die lokale Bürgergesellschaft kann ergänzt werden durch die Vernetzung solcher Initiativen oder die Unterstützung durch überregional tätige bürgergesellschaftliche Organisationen, die lokale Gruppen beraten oder finanziell fördern.

Neben dem wahrgenommenen Problemdruck ist für ein solches Engagement die kollektive Handlungsfähigkeit der Bürger von zentraler Bedeutung (MURRAY u. DUNN 1995; SHORTHALL 2008). Das bürgerschaftliche Engagement und der Erfolg der Bürgerläden wurzeln dabei in Netzwerkstrukturen, lokaler Identität, gegenseitigem Vertrauen, Reziprozität, geteilten Werten sowie Führungspersönlichkeiten.

Die zentralen Einflussfaktoren im Vergleich

Die Wahl und der Erfolg der Strategien in den jeweiligen Ländern hängen in erster Linie von den Marktbedingungen ab. Öffentliche Interventionen hängen von der Wahrnehmung der Nahversorgung als

Marktbedingungen: Wettbewerbssituation und Versorgungslücken

Die aktuelle Situation der Nahversorgung unterscheidet sich in den ausgewählten Ländern hinsichtlich des Versorgungsgrades, der Wettbewerbsintensität und der entsprechenden Entwicklungen. In Öster-

Rahmenbedingungen im Lebensmitteleinzelhandel Ausgewählte europäische Staaten

Staat	Preisniveauindex 2012 [EU15 = 100]	Volumenindex der realen Pro-Kopf- Ausgaben in KKS 2012 [EU15 = 100]	Veränderung des realen LM-Umsatzes 01/2000–05/2013
Deutschland	99,8	98	-0,30
Finnland	112,1	102	25,80
Frankreich	102,6	111	8,80
Niederlande	90,8	101	8,99
Österreich	112,7	87	7,17
Schweiz*	145,8	105	11,51
Vereinigtes Königreich	97,7	83	14,89
EU15	100,0	100	4,39

* Veränderung des LM-Umsatzes 01/2002–05/2013

KKS ... Kaufkraftstandards

Quelle: eigene Darstellung von Eurostat-Daten – Kaufkraftparitäten (KKP) und vergleichende Preisniveauindizes für die Aggregate des ESVG95, Umsatz und Verkaufsvolumen im Groß- und Einzelhandel

Tab. 2: Rahmenbedingungen im Lebensmitteleinzelhandel in ausgewählten europäischen Staaten

Teil der Daseinsvorsorge ab und bürgerschaftliches Engagement von der kollektiven Handlungsfähigkeit.

reich ist die Dichte der Verkaufsstellen besonders hoch (Tab. 1). In Finnland und Frankreich gibt es ebenfalls relativ viele

Geschäfte mit gemischten Waren, wie z.B. Supermärkte, und des Facheinzelhandels. Auffallend ist die niedrige Zahl an Geschäften mit Waren verschiedener Art in den Niederlanden, was aber auf Grund der hohen Bevölkerungsdichte nicht unbedingt zu einer schlechteren Versorgungsdichte führen muss (s.u.). Die Anzahl Verkaufsfläche pro 100.000 Einwohner ist in Finnland und Deutschland am höchsten. In Bezug auf den Umsatz geben die Finnen und Franzosen am meisten aus, gefolgt von den Briten. Die Österreicher kaufen besonders viel im Facheinzelhandel ein.

Die Struktur und Veränderungen im Lebensmitteleinzelhandel weisen ebenfalls teils erhebliche Unterschiede zwischen den betrachteten Ländern auf (Tab. 2). Das Preisniveau, gemessen in Kaufkraftstandards, ist in den Niederlanden, dem Vereinigten Königreich und Deutschland am niedrigsten. Dies weist auf einen intensiven Wettbewerb in diesen Märkten hin. In Österreich, Finnland und, mit Abstand am meisten, in der Schweiz, müssen die Verbraucher erheblich mehr für Lebensmittel zahlen. Unter Berücksichtigung des Preisniveaus (Volumenindex) geben Briten und Österreicher relativ wenig für Nahrungsmittel aus, während Schweizer und Franzosen relativ viel Kaufkraft für ihren Lebensmitteleinkauf einsetzen. Seit dem Jahr 2000 sind die Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel real fast überall gestiegen, nur in Deutschland sind sie leicht zurückgegangen. Am meisten sind die Umsätze in Finnland, dem Vereinigten Königreich und der Schweiz gewachsen.

Die vorgestellten Daten weisen darauf hin, dass die Rahmenbedingungen für die Anbieter von Lebensmitteln in der Schweiz, Finnland und Frankreich besonders günstig sind: Das Preisniveau ist überdurchschnittlich hoch, die Verbraucher geben relativ viel für Nahrungsmittel aus und die realen Umsatzsteigerungen waren in den letzten Jahren ausgesprochen hoch. In Österreich und den Niederlanden sind die Bedingungen für die Anbieter der Nahversorgung etwas schwieriger. Hier scheint ein relativ ho-

hes Preisniveau die geringen Ausgaben zumindest teilweise auszugleichen bzw. umgekehrt. Im Vereinigten Königreich und in Deutschland sind hingegen sowohl Preisniveau als auch die realen Pro-Kopf-Ausgaben unterdurchschnittlich. Im Vereinigten Königreich ist aber zumindest ein Trend zu wachsenden realen Umsätzen erkennbar, während in Deutschland diese eher stagnieren.

In der langfristigen und räumlichen Entwicklung sind alle untersuchten Länder seit Jahrzehnten von einem Strukturwandel gekennzeichnet. Zu berücksichtigen ist, dass die Datengrundlagen nur eingeschränkt zwischen den einzelnen Ländern vergleichbar sind. Die Zahl der Verkaufsstellen geht insgesamt zurück. Dabei sind kleinflächige Angebote und solche in ländlichen Räumen in der Regel besonders betroffen. Gleichzeitig wächst die Verkaufsfläche der verbliebenen Märkte und die Öffnungszeiten wurden teils erheblich ausgedehnt. Die Problemlage im Lebensmitteleinzelhandel stellt sich in den einzelnen Ländern wie folgt dar:

- In Finnland ging die Zahl der Verkaufsstellen von 1978 bis 2010 um rund 65 % zurück (FGTA 2011, S. 28). In den dünn besiedelten Regionen² ist die Zahl der Dorfläden von 1992 bis 2011 um ca. 72 % gefallen (OECD 2008, S. 167; FGTA 2011, S. 35).
- In Frankreich hat sich die Zahl der Discounter, Super- und Verbrauchermärkte von 2005 bis 2008 um 14 % reduziert (GAIN 2007 und 2009). Die kleinen Supermärkte (< 400 m²) und die traditionellen Einzelhändler, von denen mehr als sechsmal so viele existieren, sind jedoch nicht in diesen Zahlen enthalten. In ländlichen Gemeinden ist die Zahl der Nahversorgungseinrich-

tungen zwischen 2002 und 2008 jährlich um 0,5 % zurückgegangen, während sie insgesamt um 0,6 % pro Jahr gestiegen ist (SOLARD 2010, S. 2f.). Demnach gibt es in mehr als 50 % der ländlichen Gemeinden, in denen 25 % der ländlichen Bevölkerung lebt, keine Nahversorgungseinrichtung mehr.

- Im Vereinigten Königreich ist die Zahl der Lebensmittelgeschäfte von 2001 bis 2010 um etwa 8 % zurückgegangen (OFT 2006; IGD 2010). Während die Zahl der Super- und Verbrauchermärkte in diesem Zeitraum erheblich gewachsen ist (+ 27 %), ist insbesondere die Zahl der inhabergeführten Mini-Märkte (< 280 m²) deutlich gefallen (- 41 %). Weniger als 12.000 Dorfläden existierten einer Schätzung nach noch 2002 im Vereinigten Königreich bei einem jährlichen Rückgang von 300 Läden (PADDISON u. CALDERWOOD 2007, S. 139). Im Jahr 2005 gab es bereits in ca. 55 % aller ländlichen Gemeinden keinen Nahversorgungsladen mehr.
- Die Versorgungsdichte je 100.000 Einwohner ist in den Niederlanden von 2001 bis 2009 um ca. 24 % zurückgegangen (BEUEN 2010). Die Ausdünnung ist in den ländlichen Räumen stärker als in den städtischen und lag allein zwischen 2001 und 2005 bei 18 % (BEUEN 2007). Insgesamt ist die Erreichbarkeit von Supermärkten relativ hoch, so dass 2010 die Niederländer durchschnittlich nur 900 m bis zum nächsten Supermarkt zurücklegen mussten (BAYDAR et al. 2010). Selbst in den eher ländlich geprägten Provinzen wie Drenthe und Friesland lag der Wert noch bei 1.200 m.
- In Österreich ist die Zahl der Verkaufsstellen von 1970 bis 2006 um ca. 71 % gesunken (FAVRY et al. 2006). In der Folge verfügen rund 690 Gemeinden, die überwiegend weniger als 2.000 Einwohner haben und in denen etwa ein Fünftel der Bevölkerung lebt, über kein Lebensmittelgeschäft mehr (MEIXNER et al. 2007).
- In der Schweiz hat sich die Zahl der Geschäfte von 1970 bis Ende der

² Die meisten der 143 ländlichen Regionen, die als dünn besiedelt eingestuft werden, befinden sich in Ost- und Nordfinland. Der Bevölkerungsrückgang zwischen 1995 und 2005 lag in diesen Regionen bei 12,5 Prozent. In den dünn besiedelten ländlichen Räumen sind allerdings die Freizeit- und Sommerbewohner von hoher Bedeutung. In einigen Regionen verdoppelt und verdreifacht sich so zeitweise die Einwohnerzahl. Dies ist für den Erhalt von Dienstleistungen und Angeboten der Daseinsvorsorge in den ländlichen Gebieten ausgesprochen wichtig (OECD 2008, S. 70).

1990er Jahre um etwa 50 % reduziert (Rösch 2006, S. 3). Von 1998 bis 2008 ist die Zahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte um mehr als ein Viertel zurückgegangen (BRÄNDLE et al. 2010, S. 18). Allerdings hat sich der Ausdünnungsprozess seit 2005 deutlich verlangsamt, was auch auf ein Revival der Dorfläden zurückgeführt wird. Die Dichte der Nahversorgungseinrichtungen wird immer noch als sehr gut bezeichnet und die Ausstattung je 1.000 Einwohner ist für viele Dienstleistungen in ländlichen Räumen höher als in urbanen (ARE 2012, S. 27-32). Die Distanz zum nächsten Lebensmittelgeschäft ist zwar in ländlichen Räumen von 2001 bis 2008 um knapp 20 % gestiegen, sie beträgt dennoch lediglich ca. 1,5 km im Durchschnitt.

- In Deutschland ist die Zahl der Betriebe von 1990 bis 2010 um ca. 54 % zurückgegangen (KRÜGER et al. 2013, S. 8). Das CIMA-Kundenmonitoring mit 2.000 Befragten zeigt, dass 2009 nur noch knapp 30 % der Befragten einen Lebensmittelladen innerhalb von 500 m erreichten (CIMA 2010, S. 6). NEUMEIER (2014) hat mit einer Erreichbarkeitsanalyse berechnet, dass ca. 48 % der Bevölkerung den nächsten Lebensmittelmarkt fußläufig nicht erreichen können, d.h. mehr als 1.000 m zurücklegen müssen. In den ländlichen Kreistypen liegt dieser Anteil sogar häufig bei ca. zwei Dritteln der Bevölkerung.

Nahversorgung als Teil der Daseinsvorsorge?

In Österreich gehört die Nahversorgung zum Bereich der ‚Grunddaseinsfunktionen‘, die im Rahmen der Entwicklung ländlicher Räume auf Bundesebene als besonders relevant angesehen werden (FAVRY et al. 2006, S. 45ff.). Einen ähnlich hohen Stellenwert als Teil der Daseinsvorsorge hat die Nahversorgung im Sinne der täglichen Bedarfe in Frankreich (FALEMPIN et al. o.J., S. 9ff.; BULLER 2000). Folglich nehmen in ländlichen Räumen dieser Länder vor allem aus öffentlicher Hand geförderte Initiativen zum Erhalt

und der Erweiterung der Nahversorgungsläden sowie der angebotenen Dienstleistungen einen hohen Stellenwert ein (BULLER 2000; ADRETS 2011).

In Finnland wird der private Sektor immer stärker als Teil der Daseinsvorsorge angesehen, so dass der Staat in erster Linie für die Sicherung der Nahversorgung zuständig ist. Staatliche und europäische Förderprogramme unterstützen hier gleichermaßen Dorfläden und Begegnungsstätten in Dörfern (OECD 2008, S. 172ff.; RURAL NETWORK UNIT OF FINLAND o.J., S. 8). Im Vereinigten Königreich, wo sich der Staat seit den 1980er Jahren aus der Bereitstellung der Daseinsvorsorge stark zurückgezogen hat (ZETTER 2006), werden neben Fördermitteln aus öffentlicher Hand (DEFRA 2012; ACTION WITH COMMUNITIES IN RURAL KENT 2009) zu einem erheblichen Teil Hilfen von bürgerschaftlichen

schaftlichen Organisationen (PLUNKETT FOUNDATION 2010) zur Sicherung der Nahversorgung eingesetzt.

In der Schweiz wird der Einzelhandel oder gar der Begriff ‚Nahversorgung‘ im Zusammenhang mit der Grundversorgung nicht verwendet. Im Monitoring „Ländlicher Raum“ des Schweizer Bundesamtes für Raumentwicklung wird die Nahversorgung beim Thema Grundversorgung jedoch als zentraler Indikator genutzt (ARE 2012, S. 1). In den Niederlanden ist auf Grund der hohen Verdichtung im Bereich der Siedlungsstruktur die Erreichbarkeit von Lebensmittelgeschäften nicht der vorrangige Grund für Konzepte zur Verbesserung der Nahversorgung. Die Nahversorgung spielt vielmehr im Bereich der Verbesserung der Lebensqualität allgemein eine Rolle (BRÄUER et al. 2010). In Deutschland

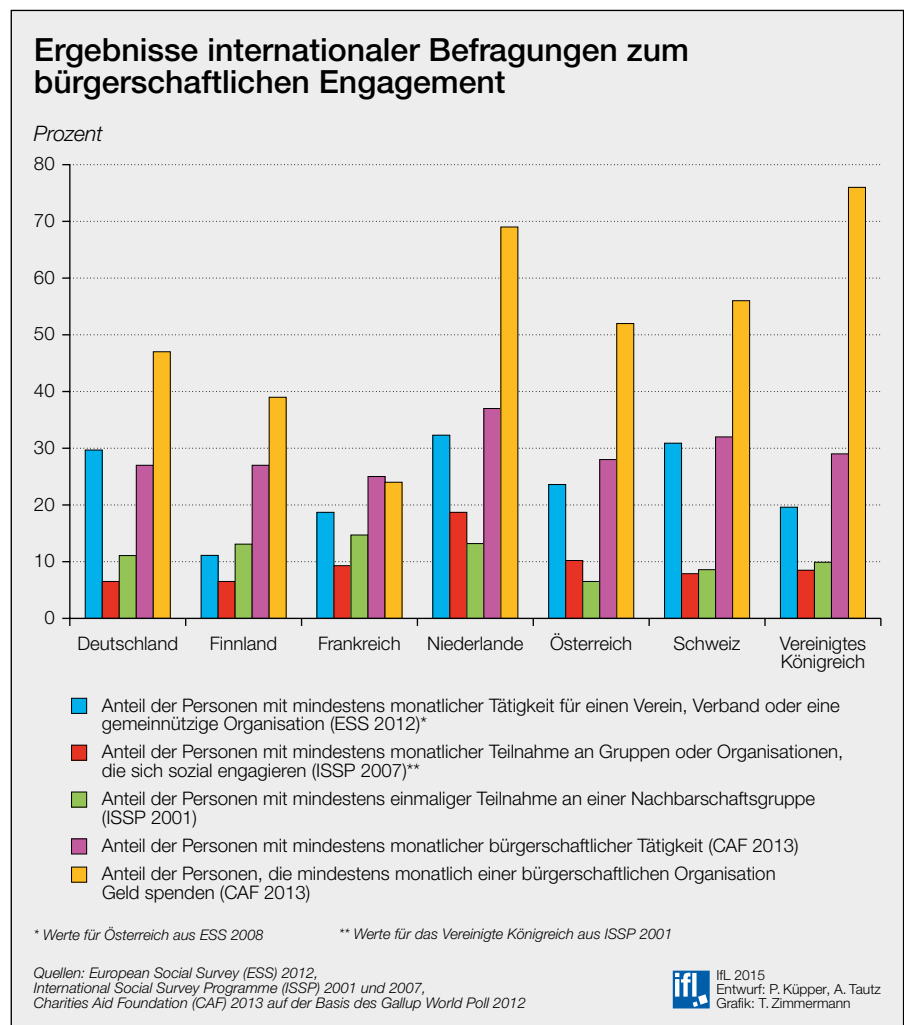


Abb. 2: Ergebnisse internationaler Befragungen zum bürgerschaftlichen Engagement

wird die Nahversorgung nicht unbedingt als Teil der Daseinsvorsorge betrachtet (STEINFÜHRER et al. 2012, S. 9). Beispiele wie das Modellvorhaben der Raumordnung „Regionalstrategie Daseinsvorsorge“ zeigen aber auch das Gegenteil (BMVBS u. BBSR 2011, S. 71-75).

Bürgerschaftliche Handlungsfähigkeit

Das bürgerschaftliche Engagement unterscheidet sich zwischen den betrachteten Ländern. Diese Unterschiede weisen auf verschiedenen ausgeprägte Normen und Traditionen hin, die eine Verantwortungsübernahme der Bürger für die Nahversorgung erleichtern können. Die Ergebnisse aus internationalen Befragungen von Bürgern zu ihrem Engagement schwanken jedoch erheblich abhängig von der gestellten Frage und dem Befragungszeitraum (Abb. 2). Tendenziell ist

das Engagement in den Niederlanden, der Schweiz und dem Vereinigten Königreich relativ hoch. Deutschland und Österreich verzeichnen durchschnittliche Engagementquoten sowie Finnland und Frankreich geringe.

Das Selbsthilfepotenzial der Bürger hängt maßgeblich von den Wahrnehmungen und dem Vertrauen der Bürger vor Ort ab. Dabei ist davon auszugehen, dass die bürgerschaftliche Handlungsfähigkeit dort groß ist, wo sich die Bürger gegenseitig helfen, sich mit ihrem Wohnort identifizieren, bürgerschaftlichen Organisationen und anderen Menschen vertrauen. Abbildung 3 zeigt die Befragungsergebnisse zu diesen Faktoren für die betrachteten Länder. Deutschland hat eher höhere Werte abgesehen vom Vertrauen in andere Menschen, was in Finnland besonders groß ist. In Frankreich ist das Vertrauen in bürgerschaftliche Organisa-

tionen besonders groß, während es in andere Menschen gering ist. Das Potenzial zur Selbsthilfe ist in den Niederlanden und der Schweiz am höchsten. Österreich verzeichnet eher niedrige Werte und die bürgerschaftliche Handlungsfähigkeit erscheint im Vereinigten Königreich insgesamt eher durchschnittlich.

Strategien zur Sicherung der Nahversorgung

Die Strategien zur Sicherung der Nahversorgung lassen sich den drei Governance-Formen zuordnen. Zunächst können privatwirtschaftliche Initiativen mit kleinflächigen oder mobilen Angeboten in die entstandenen Lücken stoßen. Weitere Möglichkeiten bestehen darin, dass der Staat den Nahversorgungsmarkt entsprechend reguliert oder gewünschte Angebote fördert. Schließlich gibt es noch Ansätze in der Bürgergesellschaft. Die einzelnen Strategien werden im Folgenden mit Beispielen aus den betrachteten Ländern illustriert. Dabei werden die Länder dargestellt, für die die jeweilige Strategie bedeutsam ist und die Besonderheiten aufweisen, die für eine Übertragung auf Deutschland von besonderem Interesse sein können³. Außerdem werden die internationalen Ansätze mit denen aus Deutschland verglichen.

Privatwirtschaftliche Initiativen I: Kleinflächenkonzepte

In mehreren Ländern betreiben die großen Supermarktketten häufig in Kleinstädten und größeren Dörfern oder an stark frequentierten Standorten kleine Supermärkte – in Frankreich *Superettes* genannt (GAIN 2009; WOOD 2011). In der Schweiz gibt es darüber hinaus Unternehmen, die auch Dorfläden rentabel betreiben. Klassische Dorfläden und Convenience-Stores haben hier im Rahmen von Systemanbietern, die verschiedene Nahversorgungskonzepte für die ländlichen Räume anbieten, in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Zu den erfolgreichsten unter ihnen zählt der

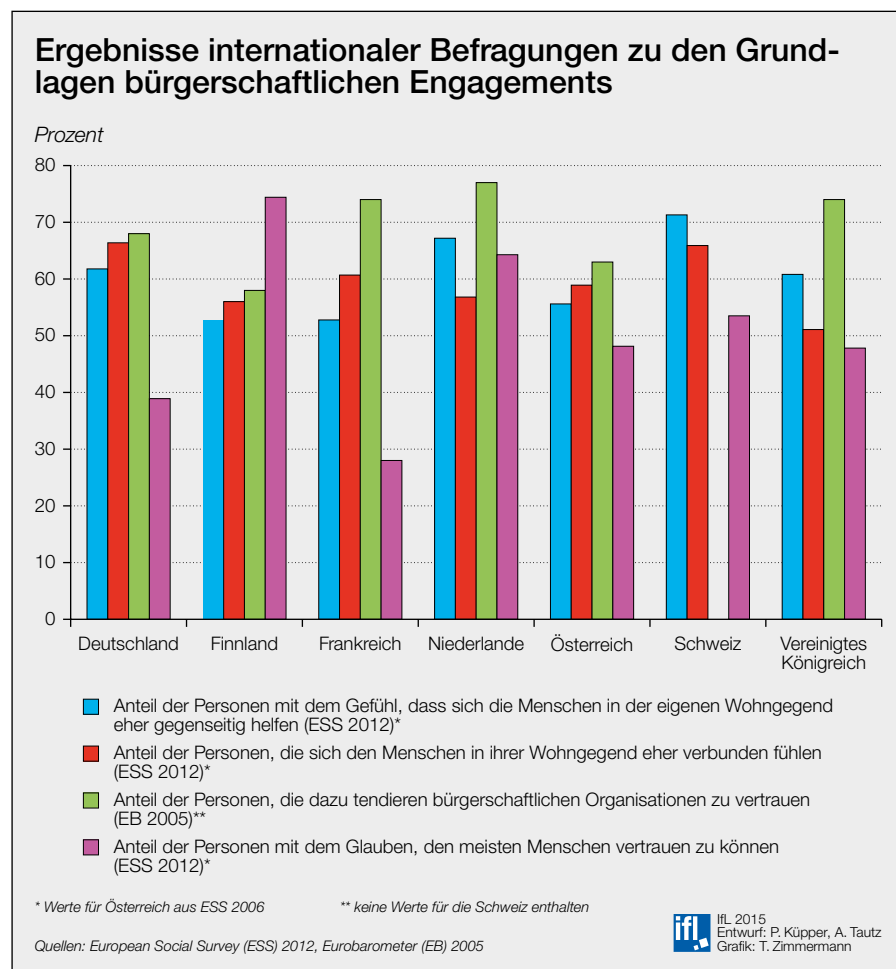


Abb. 3: Ergebnisse internationaler Befragungen zu den Grundlagen bürgerschaftlichen Engagements

³ Für eine ausführlichere Darstellung der untersuchten Länder und zusätzliche Beispiele siehe KÜPPER und EBERHARDT (2013b).

„Dorfladenspezialist“ Volg (ARNOLD 2008; BRÄNDLE et al. 2010, S. 12; VOLG KONSUMWAREN AG 2010). Die Volg-Dorfläden sind maximal 400 m² groß, das Sortiment umfasst rund 3.000 Artikel und liegt im mittleren Preisniveau. Städte werden als Standorte bewusst gemieden. Das Unternehmen sieht seine Stärke in der Kundennähe (IHA-GfK AG 2007, S. 160).

Rund zwei Drittel der ca. 870 Volg-Läden werden als Dorfläden geführt und befinden sich hauptsächlich in der Ostschweiz (VOLG KONSUMWAREN AG 2010). Zur Unternehmensphilosophie gehört, dass die Läden lokale Produkte verkaufen und im Bereich Backwaren mit der jeweiligen Dorfbäckerei zusammenarbeiten. In einigen Niederlassungen werden ebenso Post- oder Reinigungsdienstleistungen angeboten. Zukünftig ist die Übernahme von Apothekenleistungen und bei Nachfrage auch die mobile Versorgung für Dörfer ohne Nahversorger geplant (ARNOLD 2008; VOLG KONSUMWAREN AG 2010).

Die Renaissance der kleinen Nahversorger, die durch privatwirtschaftliche Initiativen entstanden ist, spiegelt sich in der Schweiz in der Einzelhandelsstatistik wider. Die Zahl der Läden in ländlich geprägten Gemeinden ist zwischen 1995 und 2008 von 4.441 auf 2.500 gesunken. In den letzten Jahren sind die Rückgänge der selbstständigen Einzelhändler moderater: der Rückgang belief sich zwischen 2005 und 2008 nur noch auf rund 300 Läden (BRÄNDLE et al. 2010, S. 19f.).

Vergleichbar mit der Schweiz gibt es auch in Deutschland Initiativen von Großhändlern, die selbstständigen Einzelhändlern Ladenkonzepte anbieten (MARKANT 2014). Diese Konzepte befinden sich allerdings häufig nicht in ländlichen Räumen, und sie werden oftmals von bereits bestehenden Läden genutzt, so dass kaum neue entstehen. Zudem bieten diese Kleinflächenkonzepte ungünstige Lieferkonditionen und Personalintensitäten gegenüber den größeren Supermärkten und Discounter. Diese Kostennachteile lassen sich oftmals nur durch höhere Preise und hohes Engagement der Betreiber bei geringem Gewinn kompensieren.

Insgesamt konnten diese Konzepte den Trend zur Ausdünnung der Nahversorgung in Deutschland daher bislang nicht merklich verringern (KÜPPER u. EBERHARDT 2013b).

Privatwirtschaftliche Initiativen II: mobile Versorgung

Neben dem stationären Angebot bedienen mobile Händler die ländlichen Räume. Gerade in den Niederlanden besetzt ein starkes Bewusstsein für mobile Angebote inklusive Onlinebestellservice bei Kunden und Anbietern (BRÄUER et al. 2010). Der Problemdruck ist zwar auf Grund der hohen Besiedlungsdichte in Bezug auf die Nahversorgung geringer, trotzdem erleben die mobilen Händler in den Niederlanden derzeit ein Revival durch den Rückgang der Supermärkte in kleinen Orten. Die mobilen Angebote basieren auf privatwirtschaftlichen Initiativen und scheinen wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Sie werden nicht nur von älteren Bevölkerungsteilen, sondern auch von jungen Familien genutzt.

Diese Art der mobilen Versorgung geht auf ein Konzept zurück, das aus der Zusammenarbeit von verschiedenen Großhändlern Ende der 1960er Jahre hervorging – der sog. „SRV-Mann“. SRV steht für *Samen Rationeel Verkopen* (Gemeinsam Effizient Verkaufen). Ursprünglich war das Konzept nur zum Milchverkauf gedacht, als die Milchbauern das ausschließliche Recht, Milch zu verkaufen, verloren hatten. Aus den eigens dafür gebauten Autos wurden dann kleine fahrende Supermärkte. Das Angebot der mobilen Anbieter ist im gesamten Land gleich und auf das Wesentliche reduziert: hauptsächlich Lebensmittel, Fertig- und Dosenprodukte. Damit werden ca. 85 Prozent der Waren des täglichen Bedarfs abgedeckt. Das Angebot wird ergänzt um regionale und lokale Produkte des einzelnen Unternehmers (VAN TOL RETAIL 2012; EWS GROUP 2011; SPRINGER & PARTNERS 2012).

Lieferungen des Lebensmitteleinzelhandels innerhalb eines bestimmten Radius vom Geschäft sind in den Niederlanden generell nichts Ungewöhnliches

und nur mit geringen Mehrkosten verbunden. Aufgrund dieser langen Tradition des mobilen Handels (*Rijdende Winkel*) ist die Lieferung von Waren bis vor die Haustür für den stationären Handel ebenfalls selbstverständlich. Viele der großen Supermärkte haben mittlerweile einen Onlinebestellservice, der die Lieferung nach Hause zu einem bestimmten Tag und innerhalb eines wählbaren Zeitfensters ermöglicht (BRÄUER et al. 2010).

Mobile Lösungen stoßen aber in extrem dünn besiedelten Regionen, wie in Teilen Finnlands, an ihre wirtschaftlichen Grenzen (HELLE 1964, S. 7-13). Gab es 1955 nur rund 90 mobile Läden, stieg die Zahl schnell an und hatte sich bis 1962 um das Achtfache erhöht. In Nordfinland gab es zeitweise sogar mehr mobile als stationäre Läden. Mit dem Einsetzen des Strukturwandels im finnischen Einzelhandel seit den 1960er Jahren ging nicht nur die Anzahl der Verkaufsstellen insgesamt zurück, ein starker Rückgang ist auch bei den mobilen Läden festzustellen. So existierten 2010 nur noch 26 mobile Läden in Finnland (FGTA 2011).

Besonders in dünn besiedelten Gebieten in Nord- und Ostfinland haben mobile Händler lange Zeit die Nahversorgung gewährleistet. Die Bevölkerungsabnahme ist ein Grund dafür, dass die Zahl der mobilen Läden zurückgegangen ist (OECD 2008, S. 168). Das Kundenpotenzial in dünn besiedelten Regionen ist so gering geworden, dass auch für mobile Läden immer öfter die kritische Masse fehlt.

In Deutschland gibt es neben mobilen Händlern für z.B. Backwaren, Fleisch oder Tiefkühlprodukte auch mobile Supermärkte (KÜPPER u. EBERHARDT 2013b). Allerdings fehlt ein Großanbieter, der ähnlich wie in den Niederlanden flächendeckend aktiv ist. Einerseits gibt es Gebiete ohne Angebot und andererseits führt der Wettbewerb zur Geschäftsaufgabe gerade der kleinen Händler mit nur einem oder wenigen Fahrzeugen. Darüber hinaus bieten auch Supermärkte zunehmend einen Lieferservice an, der allerdings in Deutschland bisher kaum kos-

tendeckend zu betreiben ist und zur Kundenbindung genutzt wird.

Öffentliche Intervention I: Raumplanerische Steuerung

Insgesamt spielten raumplanerische Instrumente in der Diskussion zur Förderung der Nahversorgung in den betrachteten Ländern kaum eine Rolle. Dabei weisen die Planungssysteme in den untersuchten Ländern erhebliche Unterschiede auf. Ein relativ hoher Einfluss der Raumplanung auf die Nahversorgung ist insbesondere in den Niederlanden und Frankreich auf Grund der historisch restriktiven Steuerung zu vermuten. Dort konnten bisher kürzere Wege und kleinere Läden erhalten und der Wandel hin zur Konzentration im Handel zumindest verlangsamt werden.

Als „traditionell“ werden in Frankreich die spezialisierten, inhabergeführten Lebensmittelgeschäfte (Bäckereien, Konditoreien, Fleischer etc.) bezeichnet. Diese Strukturen haben sich u.a. wegen verschiedener Planungsgesetze für den Einzelhandel erhalten, die auch zum Schutz der Nahversorgung gedacht waren (WOOD 2011). Die wichtigsten Gesetze sind das *Loi Royer* aus dem Jahr 1973 und das *Loi Raffarin* aus dem Jahr 1996. Das *Loi Royer* beinhaltete ein zweistufiges Genehmigungsverfahren, bei dem die Entscheidung einer Planungskommission auf Départementebene⁴ und die Baugenehmigung für den Bau von Super- und Verbrauchermärkten notwendig waren. Die Schwellenwerte für genehmigungspflichtige Läden lagen zunächst bei 1.000 m² Verkaufsfläche in Kommunen bis zu 40.000 Einwohnern und bei 1.500 m² für größere Städte (HUTTENLOHRER 2002, S. 4f.; MONINO u. TUROLLA 2009).

Nachdem dies in den 1980er Jahren nicht den gewünschten Erfolg brachte und viele lokale Politiker die Ansiedlung der großen Märkte nicht einschränkten, wurde das Gesetz durch das *Loi Raffarin* verschärft (KUHLCHE et al. 2005, S. 52).

Der Schwellenwert für genehmigungspflichtige Läden wurde – unabhängig vom Standort – auf 300 m² herabgesetzt. Genehmigungsanträge für Läden mit mehr als 1.000 m² Verkaufsfläche mussten eine Studie bezüglich der wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Umgebung enthalten. Die Bewilligung erfolgte durch die Kommission auf Départementebene, die sich aus je einem Vertreter der Ansiedlungsgemeinde, dem interkommunalen Planungsverband bzw. dem Abgeordneten des Kantons für das Département und der größten Gemeinde des Arrondissements auf der kommunalpolitischen Seite sowie je einem Vertreter der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer und des Verbraucherverbandes auf der Wirtschaftsseite zusammensetzt. Dieses Gesetz hat letztlich die Zahl der Verbrauchermärkte gering gehalten. Das Wachstum der Discounter konnte aber nur kurzfristig gestoppt werden (MONINO u. TUROLLA 2009). Ein Grund dafür ist ihr Ausweichen unter die Genehmigungsschwelle auf genau 299 m² (KUHLCHE et al. 2005, S. 52). Mit dem Wirtschaftsmodernisierungsgesetz wurde das *Loi Raffarin* 2009 gelockert. Eine raumplanerische Genehmigung ist seitdem für Geschäfte unter 1.000 m² nicht mehr erforderlich. Eine Ausnahme besteht für Kommunen bis zu 20.000 Einwohner. Hier kann auf kommunaler Ebene entschieden werden, ob eine planerische Prüfung und Genehmigung auf der Départementebene für Vorhaben zwischen 300 und 1.000 m² vorzunehmen ist. Davon profitieren vor allem die Supermarktketten, die in den Städten über 20.000 Einwohner verstärkt Konzepte für den kleinflächigen Einzelhandel (< 1.000 m²) wie die Verbindung von Café und Einkauf (z.B. das *Superette Café „Chez Jean“* der Supermarktkette Casino) anbieten (GAIN 2009; WOOD 2011).

In der Vergangenheit war auch in den Niederlanden die Raumordnungspolitik auf den Schutz der bestehenden Einzelhandelsstruktur ausgerichtet (HUTTENLOHRER 2002, S. 6-8; VAN DER KRABBE 2009). Der Bau von Großmärkten und Einkaufszentren am Rand von Städten

oder auf der grünen Wiese war stark reglementiert. Nur Güter einer bestimmten Größe wie Möbel und Heimwerkerartikel durften in Gewerbeparks angeboten werden. Großmärkte ohne die Einschränkung des Warenangebots durften nur in der Nähe von Großstädten entstehen, und nur dort durfte die Größe der Märkte 1.500 m² Verkaufsfläche überschreiten. Im Jahr 2004 wurden diese Regulierungen in der Planung für Einzelhandelsstandorte mit dem nationalen Memorandum zur Raumplanung, der *Nota Ruimte*, abgeschafft. Die Behörden in den Provinzen, regionalen Verwaltungen und Gemeinden sind nun berechtigt, ihre Politik für die Ansiedlung von Einzelhandelsflächen außerhalb von Städten selbst zu bestimmen. Zur Umsetzung dieser Politik können sie bereits vorhandene Instrumente der Raumplanung, wie z.B. den Richtplan der Region (*streekplan*) und die kommunalen Flächennutzungspläne (*bestemmingsplan*), nutzen.

Der Umgang mit den Neuerungen im Hinblick auf die Ausweisung von außerstädtischen Einzelhandelsflächen ist in allen Regionen bisher unterschiedlich. Einige übernehmen die ehemals strengen nationalen Regulierungen (z.B. Region Rotterdam), andere haben sich entschieden, die Planung den Gemeinden zu überlassen (z.B. Provinz Nordholland) oder neue Rahmenbedingungen und Gesetze zu erlassen (z.B. Provinz Utrecht). Für die Änderungen gab es keine fachlichen Gründe. Es ging vorrangig darum, mehr Kompetenzen und Zuständigkeiten an die Provinzen und Gemeinden zu übertragen und die gemeinschaftliche Planung zu ermöglichen. Auf lokaler und regionaler Ebene gibt es jedoch meist unterschiedliche Richtlinien oder die Regionen haben keine rechtliche Kompetenz mehr, Baugenehmigungen zu verbieten. Dadurch werden die Entwicklungs- und Planungsprozesse häufig erschwert und nicht gemeinsam durchgeführt. Planungsvorhaben könnten so trotz negativer Auswirkungen für die Gesamtregion auf lokaler Ebene realisiert werden. Die Provinzen, die Baugenehmigungen versagen könnten, unterstützen bisher oftmals nicht die

⁴ Mittlere Verwaltungseinheit der Verwaltungsgliederung Frankreichs. Insgesamt gibt es 101 Départements. Zu administrativen Zwecken sind die Départements in 343 Arrondissements gegliedert.

regionalen Behörden. Sie sind bei der Definition von neuen Richtlinien noch zurückhaltend und haben den Richtplan ihrer Provinz den neuen Planungsbedingungen noch nicht angepasst. Dadurch entsteht auch eine Art Steuerungsvakuum. VAN DER KRABBE (2009, S. 1042) geht davon aus, dass die neuen Entwicklungspläne für Einzelhandelsflächen in allen Regionen, sollten sie realisiert werden, die Umsatzzahlen im bestehenden Einzelhandel reduzieren und somit die gegenwärtige Einzelhandelsstruktur schwächen werden.

In Deutschland hat die Landes- und Regionalplanung kaum Möglichkeiten (KÜPPER u. EBERHARDT 2013b) zur Sicherung der Nahversorgung beizutragen. Sie kann lediglich großflächige Einzelhandelsvorhaben mit überörtlichen Auswirkungen steuern, worunter die meisten Supermärkte und Discounter jedoch nicht fallen. Die Kommunen können aber mit der Bauleitplanung im Rahmen ihrer kommunalen Planungshoheit die Ansiedlung von Märkten an ungünstigen Standorten verhindern. Aufgrund finanzieller Anreize, interkommunaler Konkurrenz und bis vor wenigen Jahren noch begrenzter Handlungsmöglichkeiten im unbeplanten Innenbereich haben die Kommunen von diesen Instrumenten oftmals nur begrenzt Gebrauch gemacht (KÜPPER u. SCHEIBE 2014).

Öffentliche Intervention II: Förderprogramme

Die Nahversorgung ist in allen untersuchten Ländern hauptsächlich privatwirtschaftlich organisiert. Durch die EU-Mitgliedschaft ergeben sich für viele Länder jedoch Fördermöglichkeiten im Rahmen des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER). Die Initiativen zur Unterstützung der Läden und der Erweiterung angebotener Services in ländlichen Räumen unterscheiden sich allerdings zwischen den Ländern. Zu den Ländern, in denen die Förderung der Nahversorgung besonders intensiv ist, gehören Frankreich, Österreich und Finnland. Die Nahversorgungsförderung kombiniert in der

Regel Beratung, lokales Engagement der Bevölkerung und öffentliche Fördermittel. Ein zentraler Lerneffekt aus der teils jahrelangen Förderpraxis besteht darin, dass die Beratung und die Unterstützung bestehender Nahversorgungsstrukturen an Bedeutung zugenommen haben (RETAIL IN RURAL REGIONS 2010; OIKARINEN 2008; ADRETS 2011; AMT DER TIROLER LANDESREGIERUNG 2011). Fast alle geförderten Dorfladenkonzepte setzen darüber hinaus auf Zusatzdienstleistungen, wobei Post-, Bargeld- und Apothekenservice als besonders notwendig und geeignet eingestuft werden.

Bei den geförderten Projekten stehen in Frankreich seit langem Erweiterungen des Dienstleistungsangebotes in den Dorfläden im Mittelpunkt. So erhielten bereits bis Ende der 1990er Jahre rund 3.000 Gemeinden Finanzausschüsse aus öffentlicher Hand, um einen Multiservice-Laden zu errichten (EUROPÄISCHE KOMMISSION 1999). Im Rahmen von Projekten, wie z.B. „1000 French villages“, wurde die Bereitstellung grundlegender öffentlicher und privater Dienstleistungen und Begegnungsstätten gefördert. Betroffene Gemeinden stellten häufig die Räumlichkeiten für den Laden zur Verfügung. Die so entstandenen Läden hatten eine durchschnittliche Verkaufsfläche von 60 bis 300 m² und ein Sortiment von rund 2.000 Artikeln. Neben den Lebensmitteln gab es in der Regel ein Zusatzangebot an Zeitschriften, Tabak, Lotto, Lieferservices, Reinigungsannahme u.ä. (EUROPÄISCHE KOMMISSION 2000, S. 15-22). Auch andere, zum Teil aus LEADER⁵ geförderte Projekte zum Aufbau von Multiservice-Läden wurden Anfang der 1990er Jahre initiiert und bestehen bis heute, wie z.B. das Konzept *Point Multi-Services* (PMS) in der Auvergne, in der es mittlerweile rund 100 Multiservice-Läden gibt (ADRETS 2011).

Die landesweit bedeutendste und bis heute andauernde Initiative, die aus der

Förderung hervorgegangen ist, sind die *Bistrotts de Pays*. Hierbei werden seit 1993 landestypische Gaststätten, Cafés oder Schankwirtschaften, vor allem in Dörfern abseits der Agglomerationen und mit geringer Einwohnerdichte, wiederbelebt. Sie dienen auch als Multiservice-Nahversorgungseinrichtungen, die mittels eines lokalen Netzwerks das wirtschaftliche und soziale Gefüge in den ländlichen Gebieten befördern und der Verödung der Dörfer entgegenwirken sollen.

Neben der Multifunktionalität bestand das Ziel der *Bistrotts de Pays* von Beginn an auch darin, den Tourismus zu fördern und die lokale Wirtschaft zu stärken (BISTROTTS DE PAYS 2014). Nur Einrichtungen, die bestimmte Kriterien erfüllen, dürfen das Logo *Bistrot de Pays* tragen. Zu den wichtigsten Kriterien, die ein *Bistrot de Pays* erfüllen sollte, gehört die Lage in einer ländlichen Gemeinde mit weniger als 2.000 Einwohnern. Darüber hinaus sollte es:

- eines der letzten Geschäfte im Dorf und das ganze Jahr geöffnet sein,
- so viele Angebote der Grundversorgung wie möglich abdecken, die es anderswo im Dorf nicht mehr gibt (z.B. Brot, Tabak, Zeitungen, Lebensmittel ...),
- Postdienstleistungen anbieten,
- als eine Art Touristenformation Materialien über die wichtigsten örtlichen Sehenswürdigkeiten anbieten,
- mindestens 3 Feste oder kulturelle Veranstaltungen pro Jahr organisieren,
- den Absatz lokaler Produkte fördern und
- täglich mindestens eine Mahlzeit aus regionalen Produkten anbieten.

Viele Bistros sind auch in kleine Hotels und Pensionen integriert. Über die Homepage, die bis heute im Rahmen des EU Förderprogramms LEADER kofinanziert wird, sind die Bistros miteinander vernetzt. Mittlerweile bestehen mehr als 240 von ihnen in insgesamt 22 Départements (BISTROTTS DE PAYS 2014). Die Finanzierung der Bistros variiert je nach Standort und Art des Bistros. Dabei handelt es sich meist um eine Mischung aus

⁵ LEADER ist ein Förderansatz der Europäischen Union im Rahmen des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER). Hierbei entwickeln lokale Akteure ein regionales Entwicklungskonzept und arbeiten an dessen Umsetzung (Bottom-up-Ansatz) (DVS 2014).

privaten und öffentlichen Mitteln, wobei der Anteil der öffentlichen Mittel oft höher liegt. Die öffentlichen Mittel können aus EU-Fördertöpfen (wie z.B. LEADER), vom Staat, der Region, dem Département oder der Kommune stammen.

In Österreich unterstützen die Bundesländer, die Kommunen und die Wirtschaftskammern die Nahversorgung. Die Bundesländer verfügen teilweise über spezielle Nahversorgungsförderprogramme, mit denen einzelbetriebliche Nahversorgungsprojekte bisher im Rahmen des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) kofinanziert wurden (z.B. LAND TIROL 2012; LAND OBERÖSTERREICH 2012). Die Wirtschaftskammern der Bundesländer unterstützen die zahlreichen Nahversorgungsprojekte im Rahmen ihrer Beratungstätigkeit (CIMA AUSTRIA 2008).

Eine Reihe von Nahversorgungsmodellen wurde in den ländlichen Gebieten der Steiermark erprobt, dem am stärksten von Ausdünnungsprozessen betroffenen Bundesland. Ein bisher in Deutschland kaum verbreitetes Beispiel ist das Gast-Kauf-Haus. Die Kombination aus Lebensmitteleinzelhandel und Gasthaus war in Österreich früher in vielen Regionen eine gängige Form der Nahversorgung (KOFLER u. ZEINER 2002, S. 22ff.). In der Steiermark lange Zeit verschwunden, bindet das Nahversorgungsmodell des „Neuen Marktplatzes“ seit 2001 wieder Gastronomiebetriebe in ein Nahversorgungskonzept mit ein. Zumeist im Wirtshaus des Dorfes werden Verkaufsstellen eingerichtet. Das Angebot umfasst hauptsächlich Lebensmittel des täglichen Bedarfs, regionale Produkte, Papierwaren, Zeitungen, Drogerieartikel und kleine Dienstleistungen wie die Reinigungsannahme oder Internetplätze. Durch die Öffnungszeiten, die sich nach denen der Gaststätte richten, ist das Nahversorgungsangebot die ganze Woche verfügbar, auch in den Abendstunden und an Sonn- und Feiertagen (BRUNNER 2002; KOFLER u. ZEINER 2002).

Im Land Tirol entstand im Rahmen eines von der EU geförderten Projektes die

Nahversorgungsfibel „nah & versorgt“, die einen Nahversorgungs-Check für Gemeinden beinhaltet (AMT DER TIROLER LANDESREGIERUNG 2011). Die Nahversorgungssituation in Tirol wird durch den Tourismus beeinflusst, so dass die Versorgung insgesamt relativ dicht ist. Gefährdet sind hauptsächlich Gemeinden, die durch einen Bevölkerungsrückgang gekennzeichnet und wenig touristisch geprägt sind. Die Broschüre soll als eine Art Leitfaden dienen, um die bestehende Versorgungssituation zu erhalten. Der Leitfaden erläutert Instrumente und stellt Beispiele vor, mit denen Gemeinden oder Unternehmer die Nahversorgungsstruktur und das wirtschaftliche Potenzial in ihrem Einzugsbereich untersuchen und Maßnahmen entwickeln können.

In Finnland geht der Verband der Lebensmitteleinzelhändler davon aus, dass das Zusammenspiel von Förderung und Beratung dazu beigetragen hat, den Umsatz der noch verbliebenen Dorfläden zu erhöhen (FGTA 2010, S. 35). Das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit hat z.B. zwischen 2004 und 2006 rund 3,5 Millionen Euro für Investitionshilfen bereitgestellt. Etwa die Hälfte aller finnischen Dorfläden hat von diesen Mitteln profitiert, indem zumeist ihre Ausstattung, wie z.B. Kühltruhen und Kassensysteme, gefördert wurde. Neben Förderungen im Rahmen des ELER hat das Ministerium für Landwirtschaft und Wald das Beratungsprojekt „Vitalität für die Dörfer“ durchgeführt. Damit wurden rund 122 Dörfer und Läden unterstützt. OIKARINEN (2008) geht davon aus, dass die Förderungen die Wettbewerbsfähigkeit der Läden gestärkt habe. Die geförderten Läden befinden sich demnach überwiegend in Regionen, in denen die Bevölkerung noch groß genug ist, damit ein Laden überleben kann. Alle Fördermaßnahmen konnten jedoch in Finnland den Rückgang der Zahl der Dorfläden bisher nicht aufhalten, den Prozess allenfalls etwas verlangsamen.

Darüber hinaus wurde von 2009 bis 2011 im Rahmen des europäischen Programms „Retail in Rural Regions – RRR“ die Entstehung von Multifunktionsläden

gefördert. Bisher gab es in Finnland nur sog. *One Stop Shops*, die an einem Ort verschiedene kommunale und nationale Verwaltungsaufgaben bündeln (OECD 2008, S. 23). Das Projekt zielte darauf ab, die Hürden bei der Zusammenführung öffentlicher und privater Dienstleistungen zu überwinden sowie den Aufbau und Betrieb dieser Läden zu unterstützen (u.a. in den Bereichen Unternehmensplanung und -entwicklung, Marketing, Kundenservice und IT). Ein Ergebnis aus der Arbeit mit den Ladenbesitzern innerhalb des Projektes ist es, dass neben dem Apothekenservice und dem Verkauf von Alkohol viele Ladenbetreiber zukünftig auch einen Bargeldservice und einen Online-Bestelldienst anbieten möchten, um den Kundenwünschen noch besser zu entsprechen (RETAIL IN RURAL REGIONS 2010). Finanziert wurde das Projekt zur Hälfte im Rahmen des *Northern Periphery Programms*, welches ein Teilprogramm des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) war, und zur anderen Hälfte aus öffentlichen Mitteln der Partnerländer. Insgesamt standen dem Projekt 1,3 Millionen Euro zur Verfügung. Die Förderung wurde gezielt nach folgenden Kriterien vergeben: 30 Minuten Fahrzeit zur nächsten Stadt oder 10 km zum nächsten Dorfladen, das letzte bestehende Geschäft im Ort sowie die Einstufung als soziale Begegnungsstätte.

Deutschland fördert ebenfalls Nahversorgungseinrichtungen insbesondere aus dem ELER (KÜPPER u. EBERHARDT 2013b). Hierbei können Zuschüsse von bis zu 75 % gewährt werden. Allerdings unterscheiden sich die Förderbedingungen zwischen den Bundesländern erheblich. Häufig werden wenige Projekte mit zum Teil hohen Summen gefördert. Die räumliche Verteilung hängt dabei nicht unbedingt vom lokalen Bedarf und der Wirtschaftlichkeit ab, sondern von der Fähigkeit und Bereitschaft der Standortkommune, die kommunale Kofinanzierung aufzubringen. Ähnlich wie in den internationalen Beispielen werden oftmals multifunktionale Einrichtungen gefördert und auch die Beratung spielt eine wichtige Rolle. Allerdings wird eher der Auf-

bau neuer Nahversorgungszentren gefördert als die Wettbewerbsfähigkeit bestehender Läden zu stärken (KÜPPER u. SCHEIBE 2014).

Bürgerschaftliches Engagement

Einen systematischen Ansatz zur Sicherung der Nahversorgung gibt es mit den sog. Gemeinschaftsläden in der Bürgergesellschaft des Vereinigten Königreichs. Diese Initiative ist aus dem Förderprogramm *Rural Access to Services Programme* in der südostenglischen Grafschaft Kent hervorgegangen, wo sich immer noch viele Gemeinschaftsläden konzentrieren. Bei diesen Gemeinschaftsläden beteiligen sich die Dorfbewohner bei der Errichtung und dem Betrieb der Läden in hohem Maße. Das Konzept der Gemeinschaftsläden spielt eine wichtige Rolle bei der Bereitstellung einer Grundversorgung mit Lebensmitteln in ländlichen Regionen, wenn eine kommerzielle Versorgung nicht mehr rentabel ist. Sie dienen darüber hinaus als Begegnungsstätte und sind als Multifunktionsläden konzipiert, in denen es Post-, Bargeld-, Telekommunikations- und Reinigungsservices sowie Informationen rund um aktuelle Themen des Gemeindelebens gibt. Auch regionale Produkte werden in den Läden vertrieben. Ziel der Gemeinschaftsläden ist es, entstehende Versorgungsprobleme durch die Schließung von kommerziell geführten Lebensmittelläden und Postämtern im ländlichen Raum aufzufangen. Die Schließung dieser Einrichtungen wird dabei als unvermeidlich eingestuft (KENT RURAL NETWORK 2014).

Die Gemeinschaftsläden entstehen zu meist in Gemeinden, in denen der letzte Dorfladen von einer Schließung bedroht ist oder bereits geschlossen wurde und die Einwohner daraufhin aktiv werden, um weiterhin eine Nahversorgungseinrichtung im Ort zu erhalten. Dazu ist das Engagement der Einwohner und des Gemeindevorstands essentiell. Besteht das Engagement, haben die Gemeinden, die einen Gemeinschaftsladen auf gemeinnütziger Basis errichten wollen, die Möglichkeit, sich im Rahmen der Initiative *Action with Communities in Rural Kent* um-

fassend beraten zu lassen. Für die Gründung eines Ladens steht durch das Programm ein geringer Zuschuss in Höhe von £ 5.000 zur Verfügung. Im Rahmen des Projektes entstand ein Handbuch, das alle Schritte von der Idee, über die Standortfindung und Finanzierungsmöglichkeiten bis zur Gestaltung des Ladens, den verschiedenen Betriebsformen und der Eröffnung beschreibt und Beratungsangebote auflistet (KENT RURAL NETWORK 2009).

Bei der Finanzierung handelt es sich meist um aufeinander abgestimmte Zuschüsse von Stiftungen und staatlichen Förderprogrammen. Die von Stiftungen finanzierten Gemeinschaftsläden basieren auf einer Mischung von bezahlten und freiwilligen Angestellten. Die bedeutendste Stiftung in diesem Bereich ist die *Plunkett Foundation*. Die Philosophie der mit Hilfe dieser Stiftung gegründeten Gemeinschaftsläden versteht die Gemeinschaft als Eigentümer und Betreiber der Läden mit gleichberechtigter Entscheidungsgewalt, d.h. jedes Mitglied hat eine Stimme. Die Rechtsform entspricht in etwa der einer Genossenschaft in Deutschland (PLUNKETT FOUNDATION 2013). Bevor finanzielle Zuschüsse privater Organisationen gewährt werden, sind meist auch ein Bankdarlehen und Eigenkapital notwendig. Letzteres wird häufig durch die Dorfbewohner erbracht und durch örtliche Fundraising-Events zusammengetragen. Mit den so erworbenen Mitteln können Räumlichkeiten für den Laden und auch Mitarbeiter bezahlt werden. Das Sortiment wird durch eine Haushaltsbefragung nach den Bedürfnissen der Einwohner konzipiert. Die Zahl der Läden ist im Vereinigten Königreich seit 1993 von 23 Läden auf 303 im Jahr 2012 gestiegen (PLUNKETT FOUNDATION 2013, S. 5). Demzufolge schließen allerdings jedes Jahr mit ca. 400 deutlich mehr Dorfläden als Gemeinschaftsläden insgesamt bestehen.

In Deutschland gibt es ebenfalls Bürgerläden. 43 der 103 von EBERHARDT et al. (2014) befragten kleinflächigen Dorfläden konnten diesem Typ zugeordnet werden. Diese Läden waren wirtschaft-

lich weniger erfolgreich als die anderen. Daher scheinen sie auf unentgeltliche Hilfe der Bürger angewiesen zu sein. Allerdings blickten die Betreiber der Bürgerläden auch pessimistischer in die Zukunft, was neben der geringen Kundenzahl vermutlich auch an Problemen liegen dürfte, das bürgerschaftliche Engagement langfristig aufrechtzuerhalten. Als überregional tätige bürgerschaftliche Organisation hat sich das Dorfladen-Netzwerk mit über 40 Bürgerläden gegründet (DORFLADEN-NETZWERK 2014). Dieser Verein möchte den Informationsaustausch zwischen den Betreibern fördern und Gründungsinitiativen beraten. Eine finanzielle Förderung, wie sie die Stiftungen im Vereinigten Königreich gewähren, findet nicht statt.

Fazit

Der Vergleich der sechs untersuchten Länder mit Deutschland verdeutlicht die jeweiligen Besonderheiten. Tabelle 3 fasst die zentralen Erkenntnisse zusammen und zeigt, dass die Konstellation in jedem Land anders ist. Privatwirtschaftliche Strategien sind dort zu erwarten, wo Versorgungslücken bestehen und günstige Wettbewerbsbedingungen für neue Läden oder mobile Versorger bestehen. In der Schweiz lässt sich die deutlichste privatwirtschaftliche Initiative beobachten (s. Bsp. Volg-Läden). Auf Grund der günstigen Rahmenbedingungen für kleine Läden wurde der Ausdünnungsprozess verlangsamt und konnten die Versorgungslücken klein gehalten werden. In den Niederlanden sind zwar die Versorgungslücken gering und die Wettbewerbsbedingungen nicht sehr vorteilhaft, dennoch sorgen privatwirtschaftliche Unternehmen mit ihren mobilen Angeboten für eine flächendeckende Versorgung (s. Bsp. SRV-Mann und Rijdende Winkel). Die Ursache hierfür scheint in dem besonderen Stellenwert mobiler Services zu liegen, die nicht nur von Personen ohne alternative Versorgungsmöglichkeit genutzt werden. In Finnland scheinen die Bedingungen für privatwirtschaftliche Initiativen besonders günstig zu sein. Allerdings ist in vie-

Vergleichende Einschätzung der Nahversorgung, zentraler Einflussfaktoren und der Aktivitäten zu ihrer Sicherung Ausgewählte europäische Staaten

Staat	Versorgungslücken in ländlichen Räumen	Wettbewerbsbedingungen für kleine Läden	Nahversorgung als Teil der Daseinsvorsorge	bürgerschaftliches Engagement	zivilgesellschaftliche Handlungsfähigkeit	zentrale Ansatzpunkte zur Sicherung der Nahversorgung
Deutschland	mittel	ungünstig	teils/teils	mittel	mittel	öffentliche Förderung, privatwirtschaftliche Initiative und bürgerschaftliches Engagement
Finnland	hoch	günstig	ja	gering	mittel	öffentliche Förderung
Frankreich	gering	günstig	ja	gering	gering	planerische Steuerung und öffentliche Förderung
Niederlande	gering	mittel	nein	hoch	hoch	planerische Steuerung und mobile Versorgung
Österreich	mittel	mittel	ja	mittel	gering	öffentliche Förderung
Schweiz	gering	günstig	nein	hoch	hoch	privatwirtschaftliche Kleinflächenkonzepte
Vereinigtes Königreich	hoch	ungünstig	nein	hoch	mittel	zivilgesellschaftliche Initiativen mit geringer öffentlicher Förderung

Quelle: eigene Zusammenstellung

Tab. 3: Vergleichende Einschätzung der Nahversorgung, zentraler Einflussfaktoren und der Aktivitäten zu ihrer Sicherung in ausgewählten Staaten

len dieser ländlichen Räume die Bevölkerungsdichte so gering und die Abwanderung so hoch, dass sich selbst mobile Angebote kaum lohnen.

In Finnland, Frankreich und Österreich wird die Nahversorgung als Teil der Daseinsvorsorge betrachtet. Dementsprechend gibt es hier, wie erwartet, intensive öffentliche Förderungen und teils raumplanerische Steuerungsversuche. Fördermaßnahmen werden ergänzt um nationale Programme, wie die Beispiele Point Multi-Service und Bistrots de Pays in Frankreich, Beratung durch die Wirtschaftskammer, das Modell Neuer Marktplatz und die Nahversorgungsfibel in Österreich sowie Vitalität für die Dörfer und Retail in Rural Regions in Finnland veranschaulichen. In Frankreich kommen restriktive Genehmigungsverfahren für neue Läden ab 1.000 bzw. 300 m² Verkaufsfläche im Rahmen der Raumplanung hinzu.

Bürgerschaftliche Ansätze werden insbesondere im Vereinigten Königreich verfolgt (s. Bsp. Plunkett Foundation). Diese Beobachtung stimmt mit dem relativ hohen bürgerschaftlichen Engagement und den eher günstigen Voraussetzungen dafür überein. Zudem machen die ungüns-

tigen Wettbewerbsbedingungen private Initiativen unwahrscheinlich und die fehlende Wahrnehmung der Nahversorgung als staatliche Aufgabe führen zu geringer öffentlicher Intervention. Neben dem Vereinigten Königreich sind die Voraussetzungen für bürgerschaftliches Engagement in der Nahversorgung in den Niederlanden und der Schweiz besonders günstig. Bislang ist der Problemdruck aber noch gering, weshalb entsprechende Initiativen noch nicht so bedeutsam sind. Im Gegensatz dazu erscheint das Potenzial für bürgerschaftliches Engagement in Finnland, Frankreich und Österreich begrenzt, auch wenn bereits ein gewisser Bedarf bestehen dürfte.

Deutschland weist bei den meisten betrachteten Kriterien mittlere Ausprägungen auf. Demzufolge sind die beobachteten Strategien auch vielfältig. Allerdings sind die Wettbewerbsbedingungen in Deutschland besonders ungünstig. Dadurch werden die Erfolgsaussichten der Strategien verringert und ein optimaler Ressourceneinsatz ist besonders wichtig. Dazu lässt sich von den Erfahrungen aus den untersuchten Ländern lernen, auch wenn die Übertragung auf Deutschland angesichts der unterschiedlichen

Kontexte immer mit Vorbehalt zu betrachten ist.

In der Schweiz stoßen spezialisierte Verkaufsformate in die Lücken, die durch den Rückzug der Nahversorgung entstanden sind. Dieser Ansatz zur Sicherung der Nahversorgung ist positiv, da keine öffentlichen Gelder dafür nötig sind. Eine Übertragung entsprechender Initiativen auf Deutschland scheint aber kaum möglich. Zum einen gibt es bereits entsprechende Versuche von Großhändlern, die den Rückgang der Versorgungsdichte aber bislang nicht aufhalten konnten. Zum anderen sind die Wettbewerbsbedingungen mit sinkenden realen Umsätzen im Lebensmitteleinzelhandel bei hoher Preissensibilität der Kunden wesentlich ungünstiger als in der Schweiz. Außerdem zeigt das Schweizer Beispiel, dass die verbrauchernahe Versorgung mit hohen Preisen einhergeht, was insbesondere für die unteren Einkommenschichten der Bevölkerung problematisch ist. Im Gegensatz dazu erscheinen mobile Angebote wesentlich erfolgversprechender, zumal extrem dünn besiedelte Gebiete wie in Teilen Finnlands in Deutschland kaum vorzufinden sind. Allerdings müsste erst für die Bereitschaft

der Warenbestellung bzw. die Nutzung rollender Supermärkte geworben werden, damit, wie in den Niederlanden, breite Bevölkerungsteile diese Angebote nutzen und Großanbieter auf den Markt kommen.

Strenge planerische Regulierungen wie in Frankreich oder den Niederlanden können zwar zum Schutz der Nahversorgung beitragen, allerdings können sie kaum neue Ansiedlungen bewirken. Da in Deutschland der Strukturwandel im Einzelhandel bereits weit fortgeschritten ist und kaum noch kleine Läden in ländlichen Räumen verblieben sind, ist es nicht ersichtlich, wie die Übernahme raumplanerischer Steuerungsformen aus den Beispielländern die Nahversorgung sichern kann. Außerdem zeigen die Erfahrungen in diesen Ländern, dass der Schutz traditioneller Versorgungsstrukturen gegen die Kundenwünsche langfristig nicht möglich ist und der Wandel allenfalls verzögert wurde.

Für die Förderung kann Deutschland von mehreren Erfahrungen profitieren. Zunächst scheint die Unterstützung der Wettbewerbsfähigkeit bestehender Einrichtungen besonders kosteneffizient zu sein. Ein zweiter Punkt umfasst die enge Verbindung von finanzieller Förderung mit Beratung. Nur die Beratung und das damit verbundene Zuschneiden des Angebotes auf die lokale Nachfrage sichern den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg der Einrichtungen. Schließlich sollte die Vergabe von Unterstützungsleistungen nach bestimmten Standortkriterien erfolgen. So kann z.B. die Förderung des letzten Geschäftes im Ort mit dazu beitragen, dass wirtschaftliches Potenzial vorhanden ist und dass der Laden eine bislang fehlende soziale Funktion erfüllen kann.

Die bürgerschaftliche Selbsthilfe ist vor allem dann entscheidend, wenn privatwirtschaftliche und öffentliche Strategien fehlen oder wenig Aussicht auf Erfolg haben. Interessant ist dabei der Ansatz im Vereinigten Königreich, lokales bürgerschaftliches Engagement mit überregionaler Beratung und Wissenstransfer zu verknüpfen. Zudem sollte die Unterstützung einer ausreichend hohen Anzahl

von Bürgern eine Voraussetzung für die Gewährung kleiner Förderbeträge sein. Schließlich kann von den internationalen Erfahrungen gelernt werden, dass neue Ansätze ausprobiert und deren Wirkungen evaluiert werden sollten. Ein interessantes Beispiel war das Gastkaufhaus in Österreich. Hier ist jedoch zu beachten, dass dieses Konzept vermutlich nur in touristisch attraktiven Regionen wirtschaftlich tragfähig ist, wo Gasthäuser ganztägig geöffnet haben.

Weiterer Forschungsbedarf besteht, um die Wirkungen der identifizierten Strategien systematisch abzuschätzen. Darüber hinaus sollte die Bedeutung weiterer Einflussfaktoren wie die Bevölkerungsdichte, touristische Attraktivität oder die Einstellung zu mobilen Angeboten näher untersucht werden. Insgesamt können die Wettbewerbssituation, die Wahrnehmung öffentlicher Verantwortung und bürgerschaftliche Handlungsfähigkeit innerhalb der einzelnen Länder sehr unterschiedlich sein. Deshalb können lokale Fallstudien die Zusammenhänge besser herausarbeiten.

Literatur

- ACTION WITH COMMUNITIES IN RURAL KENT (Hrsg.) (2009): Policy Position Paper. Services. <http://www.acre.org.uk/Resources/ACRE/Documents/Rural%20Services/Services.pdf> (Zugriff: 20.01.2012).
- ADAMOVICZ, M., A. BERNREUTHER, M. WOTRUBA, M. MITTELSTÄDT, S. SYNEK u. A. WEHRES (2009): Nahversorgung 2010. Eine Studie der BBE Handelsberatung GmbH und der IPH Handelsimmobilien GmbH. München.
- ADRETS = ASSOCIATION POUR LE DÉVELOPPEMENT EN RÉSEAU DES TERRITOIRES ET DES SERVICE (Hrsg.) (2011): Points multi-services Auvergne. http://www.adrets-asso.fr/IMG/pdf/Fiche_expe_PMS_Auvergne.pdf (Zugriff: 27.02.2014).
- AGERGÅRD, E., OLSEN, P. A. u. J. ALLPASS (1970). The interaction between retailing and the urban centre structure: a theory of spiral movement. In: *Environment and Planning* 2, 1, S. 55-71.
- AMT DER TIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.) (2011): nah & versorgt. https://www.tirol.gv.at/fileadmin/themen/landesentwicklung/raumordnung/downloads/Fachliche_Grundlagen/ro_nahversorgung_062011.pdf (Zugriff: 1.2.2012).
- ARE = BUNDESAMT FÜR RAUMENTWICKLUNG (Hrsg.) (2012): Monitoring ländlicher Raum, Synthesebericht 2012. http://www.are.admin.ch/themen/laendlich/00792/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,lnp6l0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpn02Yuq2Z6gpJCEeIB2g2ym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A-- (Zugriff 27.02.2014).
- ARNOLD, M. (2008): Der Volgladen. Mit Profil gegen Aldi. In: *Lebensmittel Zeitung* 13, 28. März 2008, S. 39.
- BAYDAR, O., C. MELSER u. M. ZUURMOND (2010): Supermarkets within walking distance for most Dutch people. <http://www.cbs.nl/en-GB/menu/themas/verkeer-vervoer/publicaties/artikelen/archief/2010/2010-3189-wm.htm> (Zugriff: 12.04.2012).
- BECKMANN, R. M., M. BÖCKER, M. LINDEMANN u. J. NYHUES (2007): DSSW-Leitfaden: Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Berlin.
- BEUEN, H. (2007): Fewer shopping and other facilities across the board. <http://www.cbs.nl/en-GB/menu/themas/bedrijven/publicaties/artikelen/archief/2007/2007-2097-wm.htm> (Zugriff: 12.04.2012).
- BEUEN, H. (2010): Narrowing gap between number of facilities available in urban and rural areas. <http://www.cbs.nl/en-GB/menu/themas/bedrijven/publicaties/artikelen/archief/2010/2010-3116-wm.htm> (Zugriff: 24.04.2012).
- BISTROTS DE PAYS (Hrsg.) (2014): La convivialité retrouvée. <http://www.bistrot-depays.com/> (Zugriff: 26.02.2014).
- BMVBS = BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND STADTENTWICKLUNG u. BBSR = BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG (Hrsg.) (2011): Regionalstrategie Daseinsvorsorge. Denkanstöße für die Praxis. Bonn.

- BRÄNDLE, N., D. KÜNZI, M. FUHRER u. M. HOTZ (2010): Swiss Issues Branchen. Retail Outlook 2010. Fakten und Trends. Zürich.
- BRÄUER, A. et al. (2010): Nahversorgung in den Jülicher Ortsteilen – eine Bestandsaufnahme. Jülich.
- BRUNNER, F. (2002): Gelebtes Regionsdenken – Nachhaltiges Handeln am Beispiel von Nahversorgungsmodellen im Rahmen der Lokalen Agenda 21. In: Grazer Schriften der Geographie und Raumforschung 38, S. 15-23.
- BULLER, H. (2000): Re-creating rural territories: LEADER in France. In: Sociologia Ruralis 40, 2, S. 190-199.
- CALDERWOOD, E. u. K. DAVIES (2012): The trading profiles of community retail enterprises. In: International Journal of Retail & Distribution Management 40, 8, S. 592-606.
- CIMA AUSTRIA (Hrsg.) (2008): Kurzfassung – Analyse der regionalen Nahversorgungsstrukturen im Bezirk Linz-Land. Ried im Innkreis.
- CIMA (Hrsg.) (2010): CIMA Monitor 2009. Lübeck.
- CLARKE, I. u. S. BANGA (2010): The economic and social role of small stores: a review of UK evidence. In: International Review of Retail, Distribution and Consumer Research 20, 2, S. 187-215.
- DEFRA = DEPARTMENT FOR ENVIRONMENT, FOOD AND RURAL AFFAIRS (2012): Rural and Countryside. <http://www.defra.gov.uk/rural/> (Zugriff: 29.03.2012).
- DORFLADEN-NETZWERK (Hrsg.) (2014): Dorfläden in Deutschland. <http://dorfladen-netzwerk.de/dorflaeden-in-deutschland/> (Zugriff: 03.03.2014).
- DVS = DEUTSCHE VERNETZUNGSSTELLE LÄNDLICHE RÄUME (2014): Aus der Region – für die Region. <http://www.netzwerk-laendlicher-raum.de/regio-nen/leader/leader-methode/> (Zugriff: 30.07.2014).
- EBERHARDT, W., P. KÜPPER u. A. STEINFÜHRER (2014): Was soll und kann Bürgerengagement leisten? In: Agrarbündnis (Hrsg.): Der kritische Agrarbericht 2014. Hamm, S. 168-172.
- EUROPÄISCHE KOMMISSION (Hrsg.) (1999): Einzelhandel im ländlichen Raum. Luxemburg.
- EUROPÄISCHE KOMMISSION (Hrsg.) (2000): COMMERCE 2000. http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/brs/distri-trades/1999-rural-areas_en.pdf (Zugriff: 01.02.2012).
- EWS GROUP (Hrsg.) (2011): Mobile Daseinsvorsorge in den Gemeinden des Amtes Südtondern. http://www.aktiv-region-nf-nord.de/de/downloads/documents/pdf/Projekte/HF-Soziales/110510_Mobile_Nahversorgung_Bericht.pdf (Zugriff: 12.04.2012).
- FALEMPIN, L., L.-P. MARESCAL u. Y. NANC (o.J.): Regional Intermediate Report Franche-Comté. Online unter: http://www.alpine-space.eu/uploads/tx_txrunningprojects/ACCESS_RIR_Franche-Comte.pdf (Zugriff: 20.02.2012).
- FAVRY, E. et al. (2006): Aufrechterhaltung der Funktionsfähigkeit ländlicher Räume – Dienstleistungen der Daseinsvorsorge und Regionale Governance. ÖROK Schriftenreihe 171. Wien.
- FGTA = FINNISH GROCERY TRADE ASSOCIATION (Hrsg.) (2010): Finish Grocery Trade 2010-2011. Helsinki.
- FGTA = FINNISH GROCERY TRADE ASSOCIATION (Hrsg.) (2011): Finish Grocery Trade 2011-2012. Helsinki.
- GAIN = GLOBAL AGRICULTURAL INFORMATION NETWORK (Hrsg.) (2007): France, Retail Food Sector, GAIN Report Number FR7018. <http://apps.fas.usda.gov/gainfiles/200801/146293433.pdf> (Zugriff: 20.08.2012).
- GAIN = GLOBAL AGRICULTURAL INFORMATION NETWORK (Hrsg.) (2009): France, Retail Food Sector, GAIN Report Number FR9016. http://www.usda-france.fr/media/France%20RETAIL%20FOOD%20SECTOR_Paris_France_7-17-2009.pdf (Zugriff: 20.08.2012).
- HELLE, R. (1964): Retailing in Rural Northern Finland: Particularly by Mobile Shops. Helsinki.
- HUTTENLOHRER, C. (2002): Wirtschaftsstandort Innenstadt und „Grüne Wiese“ Erkenntnisse aus der Europäischen Union. http://deutscherverband2.org/cms/fileadmin/medias/Jahrestagung/PP_Vortrag_huttenloher_gruene-wiese.pdf (Zugriff 13.01.2014).
- IGD = THE INSTITUTE OF GROCERY DISTRIBUTION (Hrsg.) (2010): UK Grocery Retailing. <http://www.igd.com/index.asp?id=1&fid=1&sid=7&tid=26&cid=94> (Zugriff: 15.02.2012).
- IHA-GFK AG (Hrsg.) (2007): Detailhandel Schweiz 2007. Hergiswil.
- JUSSILA, P., E. LOTVONEN u. M. TYKKYLÄINEN (1992): Business Strategies of Rural Shops in a Peripheral Region. In: Journal of Rural Studies 8, 2, S. 185-192.
- KENT RURAL NETWORK (Hrsg.) (2009): Community Shops in Kent and how to create one in YOUR village. <http://www.kentruralnetwork.org.uk/rural-access-to-services-programme/handbook%20FINAL%20version%2009.04.09.pdf> (Zugriff: 10.02.2015).
- KENT RURAL NETWORK (Hrsg.) (2014): Rural Access to Services Programme. <http://www.kentruralnetwork.org.uk/rural-access-to-services-programme> (Zugriff: 25.02.2014).
- KERSTEN, J. (2009): Wandel der Daseinsvorsorge. In: Neu, C. (Hrsg.): Daseinsvorsorge. Wiesbaden, S. 22-38.
- KNORR, A. (2005): Gemeinwohl und Daseinsvorsorge in der Infrastruktur. In:

- Hartwig, K.-H. u. A. Knorr (Hrsg.): Neuere Entwicklungen in der Infrastrukturpolitik. Beiträge aus dem Institut für Verkehrswissenschaft an der Universität Münster 157. Göttingen, S. 31-53.
- KOFLER, T. u. S. ZEINER (2002): Nahversorgung im Jahr 2015. In: Land & Raum 2, S. 18-23.
- KRÜGER, T. et al. (2013): Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel. Berlin.
- KUHLICKE, U., H. PETSCHOW u. H. ZORN (2005): Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs im ländlichen Raum. Berlin.
- KÜPPER, P. u. W. EBERHARDT (2013a): Village shops: outdated or revived model? In: Studies in Agricultural Economics 115, 2, S. 92-97.
- KÜPPER, P. u. W. EBERHARDT (2013b): Nahversorgung in ländlichen Räumen. BMVBS-Online-Publikation, Nr. 2/2013.
- KÜPPER, P. u. C. SCHEIBE (2014): Steuern oder fördern? Die Sicherung der Nahversorgung in den ländlichen Räumen Deutschlands und Südtirols im Vergleich. In: Raumforschung und Raumordnung, DOI 10.1007/s13147-014-0326-3.
- LAND OBERÖSTERREICH (Hrsg.) (2012): Nahversorgungsprogramm. http://www.land-oberoesterreich.gv.at/cps/rde/xchg/ooe/hs.xsl/26535_DEU_HTML.htm (Zugriff: 14.02.2012).
- LAND TIROL (Hrsg.) (2012): Nahversorgungsförderung. http://www.tirol.gv.at/fileadmin/www.tirol.gv.at/themen/wirtschaft-und-tourismus/wirtschaftsfoerderung/downloads/richtlinie_nahversorgungsfoerderung_2012.pdf (Zugriff: 14.02.2012).
- LASCOUTES, P. u. P. LE GALÈS (2007): Introduction: Understanding Public Policy through Its Instruments. In: Governance 20, 1, S. 1-21.
- MARKANT (Hrsg.) (2014): Konzepte. http://www.nahversorgeroffensive.de/index.cfm?nvo_modul=konzepte (Zugriff: 03.03.2014).
- MAYNTZ, R. (1980): Zur Einleitung: Probleme der Theoriebildung in der Implementationsforschung. In: Mayntz, R. (Hrsg.): Implementation politischer Programme. Königstein, S. 1-19.
- MEIXNER, O. et al. (2007): Nahversorgung im ländlichen Raum. In: Die Bodenkultur 58, 1/2, S. 25-38.
- MONINO, J.-L. u. S. TUROLLA (2009): Retail Planning and Retail Food Sector. http://innovation-regulation2.telecom-paristech.fr/wp-content/uploads/Documents/thematiques/Digital_Distribution/Turolla.pdf (Zugriff: 10.05.2012).
- MURRAY, M. u. L. DUNN (1995): Capacity building for rural development in the United States. In: Journal of Rural Studies, 11, 1, S. 89-97.
- NEUMEIER, S. (2014): Modellierung der Erreichbarkeit von Supermärkten und Discountern. Braunschweig.
- OECD (Hrsg.) (2008): Rural Policy Reviews: Finland. Paris.
- OFT = OFFICE OF FAIR TRADING (2006): The grocery market. The OFT's reasons for making a reference to the Competition Commission. London.
- OIKARINEN, A.-J. (2008): Retail Trade as an actor in balanced spatial planning and sustainable development. http://www.pme.gouv.fr/europe/pres2008/an/TR2/6_AJ_Oikarinen_Anglais_TR2.pdf (Zugriff: 26.04.2012).
- PADDISON, A. u. E. CALDERWOOD (2007): Rural retailing: a sector in decline? In: International Journal of Retail & Distribution Management 35, H. 2, S. 136-155.
- PLUNKETT FOUNDATION (Hrsg.) (2010): Annual Review 2010. Helping rural communities through community ownership to take control of the issues affecting them. <http://www.plunkett.co.uk/templates/assetrelay.cfm?frmAssetFileID=1155> (Zugriff: 16.03.2012).
- PLUNKETT FOUNDATION (Hrsg.) (2013): A Better Form of Business 2013. Community-owned village shops. <http://www.plunkett.co.uk/templates/asset-relay.cfm?frmAssetFileID=1633> (Zugriff: 13.01.2014).
- RETAIL IN RURAL REGIONS (2010): New services for rural retailers available. <http://www.ruralshops.blogspot.de/> (Zugriff: 12.03.2012).
- RÖSCH, P. (2006): Warengruppenmodelle im Detailhandel. http://www.vlp-aspan.ch/files/papers/expos_roesch.pdf (Zugriff: 20.08.2012).
- RURAL NETWORK UNIT OF FINLAND (Hrsg.) (o.J.): Nahrung für Wachstum. http://www.maaseutu.fi/attachments/newfolder_0/5p9SPnpsA/MMM_YLEIS_verkkopdf_DE.pdf (Zugriff: 03.05.2012).
- SCHIMANK, U. (2007): Elementare Mechanismen. In: Benz, A. et al. (Hrsg.): Handbuch Governance. Wiesbaden, S. 29-45.
- SHORTALL, S. (2008): Are rural development programmes socially inclusive? Social inclusion, civic engagement, participation, and social capital: Exploring the differences. In: Journal of Rural Studies, 24, 4, S. 450-457.
- SOLARD, G. (2010): Le commerce de proximité. INSEE Premiere no. 1292. Paris.
- SPRINGER & PARTNERS (Hrsg.) (2012): <http://www.springerenpartners.nl/> (Zugriff: 27.04.2012).
- STEINFÜHRER, A., P. KÜPPER u. A. TAUTZ (2012): Gestaltung der Daseinsvorsorge in alternden und schrumpfenden Gemeinden. Braunschweig.
- TREBBIN, A., M. FRANZ u. M. HASSLER (2013): Großhandelskooperation für

- den kleinflächigen Einzelhandel in ländlichen Räumen am Beispiel Mittelhessen. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 57, 3, S. 139-154.
- VAN DER KRABBen, E. (2009): Retail Development in The Netherlands: Evaluating the Effects of Radical Changes in Planning Policy. In: European Planning Studies 17, 7, S. 1029-1048.
- VAN TOL RETAIL (Hrsg.) (2012): Organisation. <http://www.vantolretail.nl/en/index.html> (Zugriff: 24.08.2012).
- VEDUNG, E. (1998): Policy Instruments: Typologies and Theories. In: Bemelmans-Videc, M.-L. et al. (Hrsg.): Carrots, Sticks and Sermons: Policy Instruments & Their Evaluation. New Brunswick; New Jersey, S. 21-58.
- VIAS, A. C. (2004): Bigger stores, more stores, or no stores: paths of retail restructuring. Journal of Rural Studies 20, 3, S. 303-318.
- VOLG KONSUMWAREN AG (Hrsg.) (2010): Zahlen zur Verkaufsfront 2010. http://www.volg.ch/get/data/cache/live/download/upload/value_1195.pdf?filename=WmFobGVuX1ZlcmthdWZzZnJvbnRfMjAxMC5wZGY=&1319175281 (Zugriff: 22.02.2012).
- WOOD, Z. (2011): Supermarket expansion means trouble in store for France's local shopkeepers. In: The Guardian, 21. März 2011 <http://www.guardian.co.uk/business/2011/mar/21/france-high-street-superette-cafes> (Zugriff: 27.02.2014).
- ZETTER, J. (2006): Raumplanung im Vereinigten Königreich. In: ARE (Hrsg.): Raumplanung und Raumentwicklung in der Schweiz. Zürich, S. 72-76.

Dr. Patrick Küpper
Thünen-Institut für Ländliche Räume
Bundesallee 50
38116 Braunschweig
patrick.kuepper@ti.bund.de

Alexandra Tautz M. A.
Regionale Planungsgemeinschaft
Uckermark-Barnim
Paul-Wunderlich-Haus
Am Markt 1
16225 Eberswalde
regionalplanung@uckermark-barnim.de

Резюме

ПАТРИК КЮППЕР, АЛЕКСАНДРА ТАУТЦ

Обеспечение местного снабжения в сельских регионах Европы – сравнительные стратегии отдельных стран

В Европе в течение десятилетий в сельской местности исчезают небольшие магазины, так что именно у людей, не владеющих личным автомобилем, в области снабжения возникают всё большие трудности. В статье сравниваются различные стратегии обеспечения поставок на местном уровне в шести отдельных странах с соответствующими подходами в Германии. Стратегии рассматриваются в контексте существующих проблем и рыночных условий, чтобы обеспечить систематические сравнения и получить возможность обсудить взаимную применимость таких подходов. Для этого производится оценка обработанных данных по соответствующим факторам, а также осуществляются исследования литературных источников и интернета по стратегиям частных инициатив, пространственному и региональному планированию, политике финансирования и по гражданскому обществу. Результаты отчётливо демонстрируют, что проблемы с поставками, интенсивность конкуренции, понимание местного снабжения как части развития общественной инфраструктуры, потенциал общественного участия и соответствующие стратегии существенно различаются в каждой стране. В целом, такие мероприятия ни в какой из изученных стран, несмотря на порой значительные усилия, не смогли остановить упадок местного снабжения либо вновь оживить его. В некоторых случаях развиваются сельские торговые предприятия, предполагающие значительно более высокие цены для потребителей, поэтому такой подход более приемлем для районов с высоким уровнем доходов населения и с незначительной конкуренцией. Территориально-пространственное планирование, планировочные меры способны замедлить исчезновение традиционной частной розничной торговли. Однако перенос строгих правил на такие страны, как Германия, в которых этот процесс уже получил большое развитие, представляется не слишком правильным. Германия, которая, кроме всего прочего, в значительной степени ориентируется на финансовую поддержку местных предприятий по обслуживанию населения, может при этом использовать международный опыт. Так, должны в первую очередь поощряться инвестиции в уже существующие объекты и при этом использоваться чёткие критерии, позволяющие определить их потребности и экономический потенциал.

Обеспечение основными товарами и услугами, развитие сельских районов, розничная торговля продовольственными товарами, проблемы снабжения/поставок, задачи развития общественной инфраструктуры

Résumé

PATRICK KÜPPER, ALEXANDRA TAUTZ

S'assurer l'approvisionnement de proximité dans les zones rurales d'Europe – Stratégies comparées d'une sélection de pays

En Europe disparaissent depuis des décennies les petits commerces de zones rurales, de sorte qu'actuellement des personnes ne disposant pas de voiture rencontrent de plus en plus de difficultés à se ravitailler. Cette contribution compare les différentes stratégies mises en œuvre pour s'assurer l'approvisionnement de proximité dans une sélection de six pays avec les approches observées en Allemagne. Ces stratégies sont rapportées à la difficulté des situations et aux conditions du marché existantes afin de rendre possibles des comparaisons systématiques et de pouvoir débattre de la transférabilité des approches. À cette fin, des données secondaires relatives aux facteurs contextuels ont été exploitées, et une recherche sur les stratégies d'initiative privée, l'aménagement du territoire, la politique d'incitation et la société civile a été menée dans la littérature et sur internet. Les résultats mettent en évidence que les problèmes d'approvisionnement, les différentes intensités de la concurrence, l'appréhension de l'approvisionnement de proximité comme part du service d'intérêt général, le potentiel de l'engagement citoyen ainsi que les stratégies poursuivies se différencient considérablement. Les configurations respectives se distinguent dans tous les pays. Globalement, en dépit d'efforts en partie considérables, les activités déployées n'ont pu arrêter ou même renverser la raréfaction de l'approvisionnement de proximité dans aucun des pays étudiés. S'il est vrai que dans certains cas les entreprises développent des gammes de commerces de proximité, ceux-ci supposent cependant des prix nettement plus élevés pour les consommateurs, de sorte que cette approche est particulièrement adaptée aux zones à haut revenu sans trop de concurrence. Les régulations en matière d'aménagement du territoire peuvent retarder la disparition du commerce de détail traditionnel géré par le propriétaire lui-même. L'application de règles plus strictes dans des pays comme l'Allemagne, où ce processus est déjà très avancé, ne semble avoir cependant que peu de sens. L'Allemagne, qui, entre autres, mise gros sur les aides financières aux installations d'approvisionnement de proximité, peut ici apprendre des expériences internationales. Ainsi, des investissements dans les installations existantes devraient être encouragées en premier lieu en même que seraient posés des critères sans ambiguïté qui en révéleraient la nécessité ainsi que le potentiel économique.

Approvisionnement de base, développement rural, commerce de détail alimentaire, problèmes d'approvisionnement, service d'intérêt général